

ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт наук о Земле

Кафедра: Страноведение и международный туризм



ГУТНИКОВА Маргарита Евгеньевна

Выпускная квалификационная работа

РАЗВИТИЕ МІСЕ-ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ АЛТАЙ

Основная образовательная программа бакалавриата по направлению 43.03.02 «Туризм»

Профиль: Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

Научный руководитель:
кандидат экономических наук,
старший преподаватель
ТЕСТИНА Яна Сергеевна

Рецензент:
Генеральный директор
ООО «ГлавТурОператор»
АЛИФАНОВА Мария Павловна

Аннотация

Деловой туризм имеет крайне большое значение для развития многих мировых дестинаций. Термин «MICE-туризм» определяется как сегмент делового туризма, который включает в себя досуговую составляющую. В выпускной квалификационной работе проводится анализ рынка MICE-туризма в России, определяются основные проблемы и перспективы развития данного направления, проводится оценка состояния рынка MICE-туризма в Республике Алтай. Результатом исследования является разработка инсентив-тура и оценка его экономической эффективности. В заключение предлагаются рекомендации по продвижению тура и развитию MICE-туризма в Республике Алтай.

Ключевые слова: деловой туризм, MICE-туризм, Республика Алтай, инсентив-туры.

Abstract

Business tourism is vital to the economic development of many destinations across the world. MICE tourism concept is defined as a segment of business tourism which includes a leisure component. The object of the qualification research paper is MICE tourism market in Russia. The main problems and development prospects of MICE tourism market in the Altai Republic are researched in the study. The result of the study is the development of incentive tour and an assessment of its economic efficiency. In conclusion, recommendations for the tour promotion and MICE tourism development in the Altai Republic are offered.

Key words: business tourism, MICE tourism, the Altai Republic, incentive tours.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
Глава 1. Теоретические аспекты МІСЕ-туризма	6
1.1. Понятие МІСЕ и история возникновения	6
1.2. Классификация и виды МІСЕ-туризма.....	11
1.3. Механизм формирования МІСЕ-туров.....	13
Глава 2. Анализ рынка МІСЕ-туризма в Российской Федерации	18
2.1. Оценка пространственного распределения туристских потоков	18
2.2. Проблемы и перспективы развития.....	25
2.3. Оценка текущей ситуации в Республике Алтай	30
Глава 3. Анализ деятельности туроператора на примере группы компаний ООО «ГлавТурОператор»	43
3.1. Описание деятельности предприятия.....	43
3.2. Анализ внешней и внутренней среды	49
3.3. Анализ деятельности в сфере МІСЕ-туризма	53
Глава 4. Перспективы развития МІСЕ в Республике Алтай	56
4.1. Рекомендации по развитию и оценка их эффективности	56
4.2. Разработка инсентив-тура	60
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	80
Список использованной литературы.....	82
ПРИЛОЖЕНИЯ	87

ВВЕДЕНИЕ

По мере усиления процессов глобализации наблюдается расширение сферы услуг в целом и сферы туризма в частности. Индустрия делового туризма является одним из высокорентабельных и быстро развивающихся направлений туризма. Согласно результатам отчетов, ежегодно проводимых Всемирной туристской организацией (UNWTO), в 2017-2018 гг. порядка 13% всех туристов совершили путешествие с бизнес-целями. Рост деловой активности населения, стремление к участию в образовательных программах, направленных на повышение квалификационного и профессионального уровня, активное участие в переговорах и деловых встречах – все перечисленное ведет к увеличению интереса к деловым путешествиям, которые можно отнести как к бизнес-туризму, к конгрессно-выставочному направлению и даже к научному туризму. Деловой туризм не только стимулирует рост национальной экономики страны, но и способствует расширению и усилению внешнеэкономических связей государств.

В современном мире в сфере делового туризма появилось новое направление – MICE-туризм, – развитие которого определяется в качестве одного из приоритетных направлений в высокоразвитых странах. Российская Федерация, обладая огромной территорией, имеет широкий потенциал для развития MICE-туризма как одного из факторов развития деловых и экономических связей между субъектами, а также в качестве одного из наиболее прибыльных направлений туризма. MICE-туризм характеризуется стабильно высоким ростом и относительной устойчивостью к воздействию экономических, политических, природных и других факторов.

Актуальность выбранной темы обусловлена необходимостью развития сферы туризма в Республике Алтай в целом и диверсификации туристского продукта дестинации. Интерес к данной сфере деятельности со стороны автора выпускной квалификационной работы вызван относительной новизной указанного направления для региона, а также спецификой и широкой направленностью MICE-туризма.

Объект исследования: рынок MICE-туризма в России.

Предмет исследования: факторы развития MICE-туризма в Республике Алтай.

Целью работы является разработка рекомендаций по развитию MICE-туризма в Республике Алтай на основе деятельности туроператорской фирмы.

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

- 1) раскрыть понятие «MICE-туризм» и особенности формирования MICE-туров;
- 2) исследовать проблемы и перспективы рынка MICE-туризма в России;
- 3) оценить текущую ситуацию на рынке MICE-туризма в Республике Алтай;

- 4) проанализировать роль операторской компании в развитии МІСЕ-продуктов в Республике Алтай;
- 5) разработать инсентив-тур и практические рекомендации по его продвижению;
- 6) оценить эффективность предложенных мероприятий.

В рамках выпускной квалификационной работы использовались такие методы научного исследования, как сравнительный и статистический анализ, метод аналогии, обобщения, классификации. Теоретико-методологическую основу работы составили учебники по туризму «Золотой серии», изданные Ростуризмом, работы Зорина И.В., Квартальнова В.А., а также статьи и диссертации отечественных и зарубежных ученых. Нормативно-правовая основа выпускной квалификационной работы представлена федеральными законами, постановлениями регионального правительства и государственными стандартами в области развития сферы туризма в Российской Федерации.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, четырех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Содержание первой главы раскрывает и уточняет терминологический аппарат сферы МІСЕ-туризма, его виды и классификацию, особенности и специфику формирования МІСЕ-туров. Вторая глава выпускной работы посвящена анализу рынка МІСЕ-туризма в России, а именно проблемам и перспективам его развития, роли Республики Алтай на рынке МІСЕ-туризма. Третья глава раскрывает деятельность туроператорской компании, включая анализ внешней и внутренней среды, анализ деятельности компании в рамках МІСЕ-туризма и оценку ресурсов предприятия на внедрение новых мероприятий по развитию. Заключительная глава выпускной квалификационной работы посвящена разработке рекомендаций по развитию МІСЕ-туризма в Республике Алтай, включая разработку инсентив-тура. Работа содержит рисунки (53) и таблицы (32).

Глава 1. Теоретические аспекты MICE-туризма

1.1. Понятие MICE и история возникновения

Туризм в современном смысле слова возник в середине XIX столетия. Данное события связано с рождением фирмы Томаса Кука, который стал «первым в мире профессиональным агентом в среде туризма» [1]. Первые путешествия людей были связаны с желанием наладить торговые отношения с соседними территориями и странами. Пожалуй, наиболее известными являются такие торговые пути, как путь из Варяг в Греки и Великий Шёлковый путь. Эпоха Великих географических открытий была связана не просто с освоением новых земель, но и с открытием новых возможностей для торговли. Таким образом, деловые путешествия имели место еще задолго до формирования современного представления о туризме. В своей статье «Бизнес-туризм – устойчивая форма возобновления туризма в Румынии» автор, ссылаясь на профессора Гринвичского университета Роба Дэвидсона, говорит, что с древнейших времен человек путешествовал с целью торговли, поэтому можно сказать, что деловой туризм – это одна из древнейших форм туризма [2].

Спрос на деловой туризм возрос в индустриальную эпоху и был связан с торговлей между европейскими колониями и их метрополиями, чему также способствовало бурное развитие транспортной системы. В начале XX века центр делового туризма переместился из Европы в США, где в то время начал развиваться конгрессный туризм, организация различных конференций [3]. С середины XX века экономический рост стран и процесс глобализации привели к значительному развитию туризма в целом и делового туризма в частности.

Примечательно, что на фоне сокращения въездного туризма в страны СНГ в начале 90-х гг. деловой туризм продолжал развиваться, хотя и менее быстрыми темпами. Тенденция развития делового туризма в России и странах СНГ соответствовала общемировым тенденциям развития этого вида туризма. Так, с середины 80-х до середины 90-х гг. среднегодовые темпы прироста делового туризма в Европе составляли 9 %, тогда как туризма в целом – 4-5 % [4]. На сегодняшний день, помимо США и стран Европы, весомую долю на рынке делового туризма занимают страны Азиатско-Тихоокеанского региона и как центры бизнес-туризма, и как поставщики бизнес-туристов.

Рассмотрим более подробно определения «делового туризма» и его связь с понятием «MICE-туризм». Как в отечественной, так и в зарубежной литературе не существует единого представления о сущности данных терминов. По мнению многих авторов, это связано с тем, что в научной литературе по туризму данному виду

путешествий уделяется недостаточное внимание, то есть терминологическая база делового туризма на сегодняшний день остается недоработанной. В Российской Федерации основные термины, связанные с туризмом, закреплены в №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», однако определение «делового туризма» (как и «делового туриста») в данном законе отсутствует, наравне с информацией о развитии данного вида туризма.

Согласна документу «Международные рекомендации по статистике туризма» (International Recommendations for Tourism Statistics) «бизнес-посетители» – это посетители, чья основная цель туристской поездки соответствует деловой и профессиональной категории целей [6]. Международная ассоциация конгрессов и конференций (ICCA) дает следующее определение делового туризма: деловой туризм – это предоставление услуг миллионам делегатов, которые ежегодно присутствуют на деловых встречах, конгрессах, выставках, деловых событиях, принимают участие в инсентив-турах и корпоративном гостеприимстве [7].

В таблице 1 представлены иные определения делового туризма.

Таблица 1 – Определения термина «деловой туризм» [составлена автором].

Определение	Автор
Деловой туризм или бизнес-туризм (business tourism) включает путешествия со служебными или профессиональными деловыми целями, но без получения доходов по месту командирования.	Е.Л. Писаревский [8]
Деловой туризм – временные командировки и поездки со служебными целями, включая участие в конференциях, конгрессах, и так далее без получения доходов в месте командировки.	И.В. Зорин и В.А. Квартальнов [9]
Деловой туризм – совокупность организационно-экономических и социальных отношений, возникающих в ходе поездки делового путешественника, совмещающего достижение профессиональных целей с отдыхом.	О.Г. Чимитдоржиева [10]
Деловой туризм есть совокупность отношений и явлений, которые возникают при перемещении и в рабочее время людей, основной мотивацией которых является посещение и участие в разного рода деловых встречах, конгрессах, конференциях, выставках, ярмарках и инсентив-мероприятиях, в местах, отличных от их обычного места проживания и работы.	О.А. Смирнова [11]
Деловой туризм представляет собой совокупность социальных отношений и видов деятельности, организуемых в специализированных учреждениях в соответствии с потребностями основных групп деловых туристов,	А.Ф. Перова [12]

принимающих участие в мероприятиях в рабочее время, с целью выполнения профессиональных обязанностей, за пределами их постоянного проживания и работы, без оплаты труда из источника в посещаемых местах.	
---	--

Таким образом, понятия «деловой туризм» и «бизнес-туризм» представляют собой синонимы и в английском языке соответствуют терминам «business tourism» и «business travel». В отечественной литературе также используются такие понятия, как «деловое путешествие», «бизнес-путешествие», «бизнес-турист» и т.п. Определение О.А. Смирновой отличается от других трактовок тем, что деловые путешествия совершаются людьми в рабочее время, хотя инсентив-мероприятия проводятся вне рабочего времени людей и нацелены на совмещение деловых мероприятий с отдыхом. А.Ф. Перова также говорит о проведении мероприятий в рабочее время, но, в отличие от О.А. Смирновой, не включает инсентив-составляющую в понятие делового туризма. Обобщая вышесказанное, можно отметить ключевые особенности делового туризма, а именно: деловой туризм подразумевает путешествия со служебными и профессиональными целями, участие во всевозможных деловых мероприятиях, стимулирование работников и повышение их мотивации, совмещение отдыха с работой; при этом бизнес-турист не получает доход в месте временного пребывания, что согласуется с определением туризма в целом.

Рассмотрим отличительные особенности MICE и делового туризма. Хотелось бы отметить, что в данном вопросе на сегодняшний день не существует единого мнения. Поскольку различные источники предоставляют разные определения MICE, сложно в полной мере отразить весь объем и содержание данного понятия. Акроним MICE включает в себя четыре ключевых слова, характеризующих различные сферы делового туризма:

- Meetings – любые встречи, связанные с бизнес-путешествиями,
- Incentives – поощрительные, мотивирующие, обучающие туры для сотрудников компании (инсентив-туры),
- Conventions – организация конференций и участие в них, PR-направление туризма,
- Exhibitions – организация выставок и участие в них.

В широком смысле, MICE-туризм, известный также под понятием «индустрия встреч», или «meeting industry», представляет собой одно из направлений туризма, которое подразумевает деятельность по организации и проведению мероприятий делового характера. Однако данное определение является обобщенным и не дает представления о

ключевых характеристиках индустрии встреч. В связи с тем, что акроним MICE появился за рубежом, обратимся к иностранным источникам.

В статье «Оценка NFC при разработке мобильных приложений для MICE-туризма» автор дает следующее определение MICE-туризма: специализированные мероприятия, посвященные планированию, бронированию и проведению конференций, семинаров и других мероприятий, включая различные компоненты, которые должны обеспечивать полный спектр туристических услуг и конференций для всех типов групп и мероприятий [13]. При этом автор статьи «Развитие MICE-туризма на примере перспектив Келантана» считает, что сектор MICE является одним из наиболее активных и важных секторов туристической индустрии, который сосредоточен на деловой активности, а не на отдыхе [14].

Автор статьи «Эмпирический анализ межкультурных различий в поведении бизнес-туристов в процессе поиска информации и во время путешествия (на примере MICE-туристов в Катаре, Ближний Восток)» отмечает, что хотя MICE определяется как сегмент бизнес-туризма, он так же может включать и досуговый компонент [15]. Многие авторы, наоборот, считают MICE лишь современным синонимом делового туризма, не выделяя его отличительных особенностей. Однако существует мнение, что деловой туризм можно разделить на две категории: классические деловые поездки (командировки) и MICE-туризм [16]. При этом MICE понимается гораздо шире, чем классические деловые поездки, как по своим составляющим, так и по аудитории мероприятий. Данная концепция схематически представлена на рисунке 1.

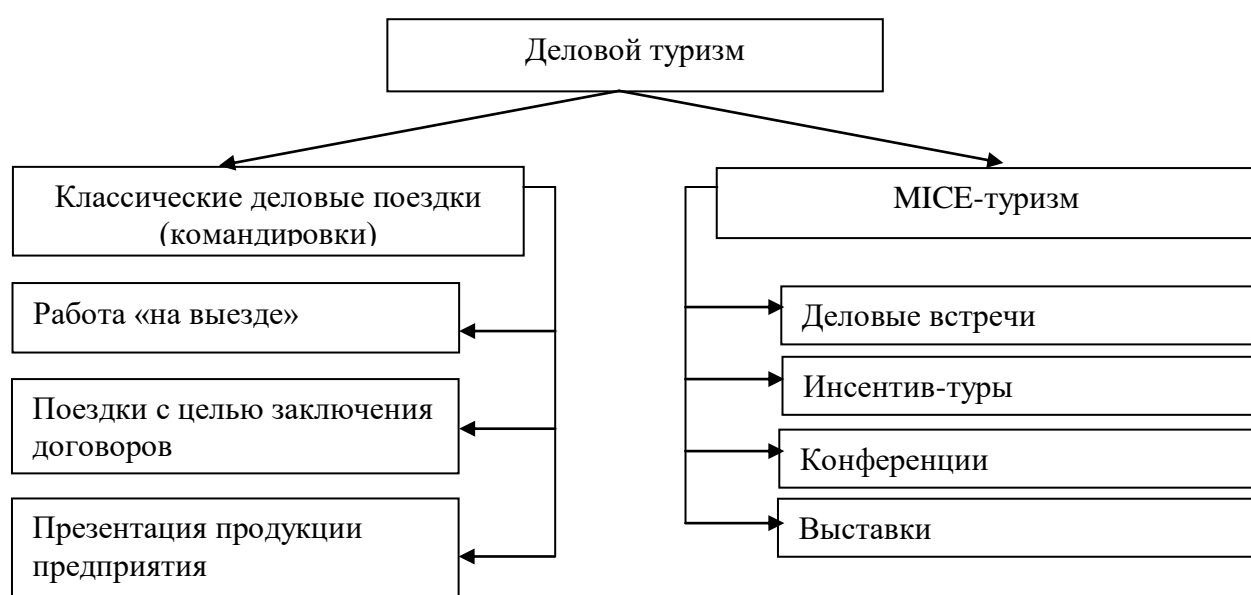


Рисунок 1. – Схема понятия «деловой туризм» [составлен автором].

Описанная концепция наиболее близка терминологии Роба Дэвидсона, на которого ссылается автор статьи «Бизнес-туризм как инновационный продукт для дестинации» [17]. Согласно теории Роба Дэвидсона, понятия «business travel» и «business tourism» не являются синонимами. Более того, термин «business travel» включает в себя индивидуальные деловые поездки и групповые (обозначенные как «business tourism»). Более детально данная информация представлена на рисунке 2.

Сравним схемы, представленные на рисунке 1 и на рисунке 2. Согласно схеме, представленной на рисунке 2, «business tourism» рассматривается именно как MICE-туризм и представляет собой составную часть понятия «business travel» (что соответствует «деловому туризму», представленному на рисунке 1). Однако ключевым отличием в данных схемах является то, что на рисунке 2 деление на две категории осуществляется по принципу «индивидуальные/групповые поездки», в то время как на рисунке 1 отличие классических деловых поездок от MICE-туризма заключается в способах организации и конечных целях мероприятий.

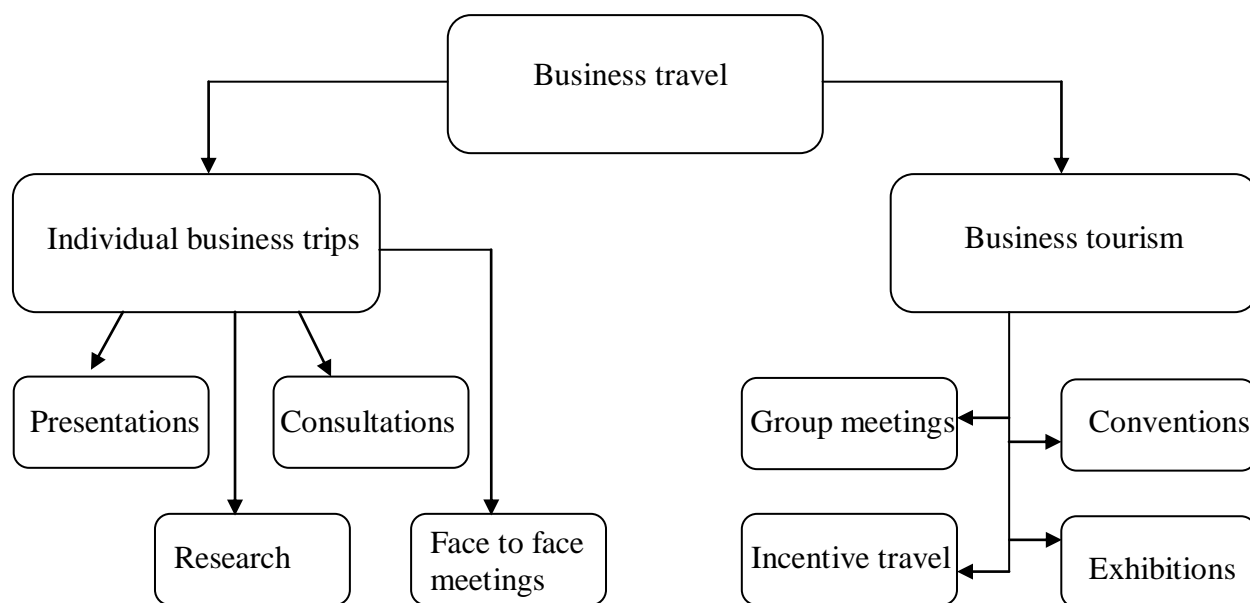


Рисунок 2. – Составляющие понятия «business travel» [17].

Таким образом, в данной работе MICE-туризм рассматривается как одно из направлений делового туризма (см. рисунок 1) и определяется как путешествия с целью участия в деловых мероприятиях, направленных на обучение, мотивацию и сплочение персонала, представление интересов и деятельности компании, ее развитие, установление новых связей и контактов. Более детально виды и особенности MICE-туризма рассматриваются в последующих параграфах.

1.2. Классификация и виды MICE-туризма

Как уже было сказано, термин MICE является акронимом, за которым скрываются четыре сферы делового туризма, а именно Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions. Рассмотрим, что включает в себя каждая из указанных сфер (см. рисунок 3).

Понятие «meetings» является общим для всех четырех сфер MICE-туризма, так как подразумевает организацию деловых встреч любого масштаба и формата. Неслучайно наряду с термином «MICE-туризм» сегодня широко используют термин «индустрия встреч» («meeting industry»). Международная ассоциация конгрессов и конференций (ICCA) в определении каждой составляющей MICE ссылается на «Терминологию индустрии встреч», выпущенную Международной ассоциацией профессиональных организаторов конгрессов (IAPCO) [7]. Согласно данной публикации, «meetings» – общий термин, обозначающий объединение людей в одном месте для обсуждения или выполнения определенной деятельности, которое может происходить на разовой основе или в соответствии с установленным порядком, как, например, ежегодные общесобрания, собрания комитета и т.д. Как правило, термин «meetings» объединяет деловые переговоры, бизнес-тренинги, воркшопы, семинары и т.д. и обозначается как «деловые встречи» [20].



Рисунок 3. – Секторы MICE-туризма [составлен автором].

Incentives – события, участие в которых предлагается в качестве вознаграждения [7]. Другими словами, это разнообразные поощрительные, стимулирующие туры для

сотрудников компаний, которые на сегодняшний день объединены понятием «инсентив-туры». В зависимости от цели, инсентив-туры делят на:

- поощрительные – познавательные экскурсии, поездки на отдых (как для сотрудников, так и для их детей) за счет компании или корпоративные мероприятия (с выездом за пределы места постоянного проживания) в качестве поощрения;
- мотивационные – обучающие семинары, мастер-классы, которые имеют развлекательную часть в неформальной обстановке;
- организационные (тимбилдинг) – общие групповые выезды сотрудников с целью сплочения коллектива (например, активные туры для сотрудников, квесты и командные игры, способствующие правильному взаимодействию в команде, умению принимать эффективные решения и т.д.) [18], [19].

Данная классификация схематично представлена на рисунке 4. Таким образом, инсентив-туры объединяют деловой, обучающий и развлекательный туризм [20].



Рисунок 4. – Классификация инсентив-туров [составлен автором].

Conventions / conferences (конференции) – совместная встреча, предназначенная для обсуждения, установления фактов, решения проблем и консультаций [7]. Согласно ГОСТ Р 53524-2009, конференция – встреча представителей различных отраслей, профессий или организаций с заранее утвержденной повесткой дня, организуемая для обмена мнениями и поиска путей решения проблем, затрагивающих участников конференции [21]. Целью

конференций является обмен опытом и знаниями, способствующий повышению эффективности в решении актуальных вопросов и проблем. К данному сектору можно также отнести организацию круглых столов и форумов.

Exhibitions (выставки) – события, в ходе которых демонстрируются товары и услуги [7]. Выставки являются инструментом развития бизнеса. Они направлены на привлечение партнеров и инвесторов (выставки в сфере B2B) и клиентов (выставки в сфере B2C), а также на расширение рынков сбыта и повышение эффективности рекламных кампаний.

Зачастую, границы между секторами мероприятий MICE довольно расплывчаты. Например, проведение бизнес-тренингов может быть отнесено как к деловым встречам, так и к инсентив-мероприятиям. Аналогично складывается ситуация с мастер-классами и воркшопами, целью которых, с одной стороны, является обучение персонала, получение новых знаний и навыков, а с другой стороны – сплочение и мотивация персонала в ходе проведения подобных мероприятий. Более того, необходимо разграничивать мероприятия MICE в целом и сферу MICE-туризма, которая связана непосредственно с выездами за пределы постоянного места проживания.

1.3. Механизм формирования MICE-туров

MICE-туры предоставляют широкий спектр услуг, однако их объединяет ряд особенностей и специфических черт, представленных на рисунке 5. Рассмотрим их более детально:

- отсутствие сезонности – мероприятия MICE-туризма проводятся в любое время года вне зависимости от места проведения, так как погодные условия не играют значимой роли в организации таких мероприятий, как конференции, выставки и т.п.; более того, MICE-туризм помогает сглаживать сезонность в регионах, повышая загрузку отелей даже в низкий сезон; однако инсентив-туры более зависимы от сезона в регионе проведения;
- прогнозируемость и стабильность – деловые поездки планируются заранее (полгода и более) и проводятся регулярно;
- высокий доход – уровень дохода MICE-туристов обычно выше среднего, в связи с чем они могут позволить более высокое качество услуг, соответственно, услуги MICE-туризма приносят высокую прибыль организаторам;

- масштабность мероприятий (международные конференции и форумы, инсентив-туры для сотрудников крупных предприятий) также способствуют увеличению прибыли организаторов MICE-мероприятий;
- стандартизация услуг – однотипные мероприятия проводятся по одному сценарию в виду масштабности [22];
- совмещение деловых поездок с досуговыми или образовательными мероприятиями;
- специфическая инфраструктура – конференц-залы в отелях с необходимым оборудованием (экран, проектор, флип-чарты и т.п.), бизнес-центры, экспозиционные центры;
- вовлеченность большого числа поставщиков услуг (турагенты, распорядители встреч, дизайнеры, рекламные агентства, отельеры, рестораторы и т.д.).



Рисунок 5. – Специфические черты мероприятий MICE-туризма [составлен автором].

Ключевые особенности индустрии встреч способствуют популярности и востребованности данного направления в туризме, как среди потребителей, так и среди организаторов туров. Более того, развитие MICE-туризма вносит свой вклад и в

национальную экономику, влияя на многие отрасли, принося высокий доход и создавая рабочие места. Обозначенные специфические черты характерны для мероприятий MICE-туризма в целом, в то время как организация туров различных направлений данной индустрии имеет свои отличительные особенности.

По специфике механизмов формирования мероприятия MICE-туризма условно можно разделить на две категории: механизмы организации мероприятий в форматах «meetings», «conventions», «exhibitions», с одной стороны, и инсентив-туры, с другой. Рассмотрим механизмы организации мероприятий по указанным двум направлениям.

Механизмы организации мероприятий в форматах «meetings», «conventions», «exhibitions» (семинары, тренинги, деловые встречи, конференции, форумы, круглые столы, выставки и т.д.). Запрос на проведение подобных мероприятий зачастую поступает в туроператорские и турагентские фирмы, специализирующиеся на деловом туризме, так как они могут и организовать непосредственно мероприятие, и забронировать отели, билеты, помочь с оформлением визы при необходимости. Общие требования к проведению бизнес-мероприятий указаны в ГОСТ Р 56780-2015 «Услуги средств размещения. Бизнес-услуги. Общие требования», в то время как основные термины закреплены в ГОСТ 32608-2014 «Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения» и ГОСТ Р 53524-2009 «Конгрессная деятельность. Термины и определения».

После поступления запроса о проведении мероприятия, фирма-организатор занимается подбором места проведения мероприятия. Это могут быть как отели с конференц-залами, так и различные бизнес-центры и экспозиционные центры. Важную роль при выборе места проведения имеет технический потенциал помещения, а именно необходимое оборудование, соответствующее формату мероприятия. Заранее готовятся варианты организации кофе-брейков и фуршетов. Проводится работа с аудиторией, выбирается формат мероприятия: открытое или закрытое мероприятие. Если открытое, то для привлечения аудитории используются PR-кампании, публикации в Интернете и СМИ, выпуск информационных материалов, в ходе которых составляются списки участников и докладчиков, организуется сбор денежных средств за участие. Продумывается и разрабатывается развлекательная программа после проведения деловой части мероприятия. Контакты со СМИ также являются неотъемлемой частью организации и проведения мероприятия. Перед непосредственным проведением мероприятия имеет место работа дизайнеров – украшение места проведения символикой заказчика, самого проекта, продумывается удобство использования пространства. Во время проведения мероприятий зачастую используют услуги профессиональных модераторов, которые

ведут мероприятие в заданной теме, вовлекают участников в дискуссию, следят за соблюдением регламента выступлений и т.п. [27].

Механизмы организации инсентив-туров. Неслучайно инсентив-туры и их организация отделены от других мероприятий МІСЕ-туризма. Инсентив-туры – более развлекательные и поощрительные мероприятия, хоть и имеют деловую основу и организуются в сфере В2В. Сложность организации заключается в том, что подобные мероприятия должны быть интенсивными и продуктивными, имея при этом значительную досуговую составляющую. Специфика инсентив-мероприятий также отражена в целях их проведения, а именно:

- всестороннее, расширенное и углубленное обучение персонала и партнеров компании;
- мотивация персонала к более продуктивной деятельности и творчеству;
- улучшение качества работы;
- рост профессионального уровня;
- развитие и расширение как профессиональных, так и межличностных коммуникаций;
- сплочение и единение коллектива, умение сотрудников слаженно работать в команде;
- поощрение сотрудников [19].

Программы инсентив-туров разрабатываются под заказ и в соответствии с требованиями организаций и отличаются высококлассным обслуживанием по системе «все включено». Финансируются данные туры за счет компании-заказчика, хотя участие в них принимают обычно сотрудники фирмы. Автор статьи «Инсентив-туризм как способ мотивации» И.А. Агальцова убеждена, что «инсентив-туры – более креативный продукт по сравнению с массовыми туристическими поездками, они в большей степени отличаются фантазией, инновационными оригинальными идеями и по-своему уникальны» [55].

При организации инсентив-тура, в первую очередь, определяется его цель, продиктованная видом мероприятия (поощрительный, мотивационный либо организационный тур). В соответствии с выбранной целью определяется время проведения и продолжительность тура. Как уже было сказано, мероприятия МІСЕ проводятся вне зависимости от сезона, однако, преимущественно – в период не востребоваемости туристских путешествий (низкий сезон). Продолжительность тура в среднем составляет 7 дней, однако, мотивационные и обучающие мероприятия обычно

проводятся в течение 2-3 дней. Затем происходит выбор места пребывания в соответствии со следующими характеристиками [28]:

- цель тура,
- бюджет тура,
- количество участников,
- наличие условий, соответствующих целям тура (туристские ресурсы, возможность проведения развлекательных мероприятий, возможность проведения тренингов и т.д.).

На основе выше перечисленного формируется программа инсентив-тура, включающая проживание, питание, транспортное обслуживание, экскурсионное обслуживание, программы тренингов и/или корпоративных мероприятий. Как правило, фирма-организатор составляет корпоративное предложение для заказчика, в котором представлены различные варианты и места проведения инсентив-туров, из которых заказчик выбирает наиболее удовлетворяющий его интересы. Персонал информируют об условиях участия, времени и месте проведения мероприятия, после чего происходит непосредственно реализация инсентив-тура. Однако на данном этапе организация не прекращается, так как необходимо получить отзывы от заказчика и участников, провести анализ реализованной программы, на основе которого разрабатываются методы совершенствования предлагаемых услуг.

Проведение инсентив-туров является выгодным как для заказчика, так и для фирмы-организатора: с одной стороны, подобные программы позволяют решить комплекс проблем по развитию персонала компании-заказчика, с другой стороны, инсентив-мероприятия в силу масштабности проведения и высокого качества предлагаемых услуг приносят высокую прибыль фирме-организатору. Более того, проведение инсентив-туров для персонала фирмы является конкурентным преимуществом, позволяющим привлечь новых сотрудников, в то время как успешное проведение масштабных мероприятий способствует популярности услуг турфирмы-организатора и повышению ее престижа.

Подводя итоги, можно отметить, что мероприятия MICE-туризма представляют собой сложные комплексные услуги по организации деловых путешествий в сфере B2B, отличающиеся своими специфическими особенностями от других направлений и видов туризма. В силу того, что MICE-туризм является весьма прибыльным направлением и способствует развитию национальной экономики, необходимо провести анализ данного рынка в рамках Российской Федерации.

Глава 2. Анализ рынка MICE-туризма в Российской Федерации

2.1. Оценка пространственного распределения туристских потоков

Рынок MICE-туризма в России находится на стадии становления и развивается неравномерно. Лидирующие позиции среди направлений конгрессно-выставочного туризма в России занимают такие города, как Москва, Санкт-Петербург, Сочи, Казань, Челябинск, в то время как инсентив-туры развиваются по маршруту «Золотого кольца» и на курортах Черноморского побережья. Популярность данных направлений обусловлена высоким уровнем развития инфраструктуры в городах и осведомленностью клиентов о проведении мероприятий в сфере MICE-туризма на вышеперечисленных территориях.

Неслучайно, первое место по количеству и масштабу проведения деловых мероприятий в России занимает Москва. Расположение в европейской части страны в непосредственной близости от крупных международных деловых центров Европы, транспортная доступность (включая наличие трех международных аэропортов), высокая численность населения, большой выбор средств размещения – факторы, способствующие развитию бизнес-туризма в Москве. В столице России более 10 выставочных комплексов и конгресс-центров, среди которых можно выделить МВЦ «Крокус Экспо» (площадь – около 550 тысяч кв. м), ЦВК «Экспоцентр» (площадь – 165 тысяч кв. м), КВЦ «Сокольники» (площадь – 25 тысяч кв. м) и другие. Деловые мероприятия зачастую проводятся в конференц-залах отелей. К 2017 году, в преддверии Чемпионата мира по футболу, 1183 гостиницы в Москве подтвердили свою «звездную» категорию (общий номерной фонд достигает 8000 номеров) [29]. Среди этих гостиниц 31 объект получил высшую категорию 5*, 89 отелей – 4*. Именно в гостиницах такого уровня проводят принято проводить деловые мероприятия. С 2010 года в России проводится ежегодная профессиональная премия в области делового туризма и MICE — Russian Business Travel & MICE Award, целью которой является «продвижение и развитие бизнес-туризма и конгрессных услуг в России» [30]. В 2018 году лучшей конгрессной гостиницей Москвы категории 5* признан отель «Swissotel Красные Холмы Москва», категории 4* – «Президент-Отель».

Несмотря на то что Москва традиционно считается главным деловым центром страны, премию RBT&MA-2018 в номинации «Лучший конгрессно-выставочный или деловой центр России» получил Конгрессно-выставочный центр «ЭКСПОФОРУМ», который открылся в Санкт-Петербурге в 2014 году. Не менее значимым для Санкт-Петербурга является комплекс «ЛЕНЭКСПО», в котором ежегодно проводятся международные выставки и мероприятия. Санкт-Петербург является одним из важнейших

экономических и научных центров России, поэтому в нем проводится множество научных конференций, выставок и форумов [31]. Как и в Москве, немаловажную роль для развития MICE-туризма в Санкт-Петербурге играет высокий уровень качества туристской инфраструктуры: транспортная доступность, большой выбор отелей с оборудованными конференц-залами, площадки для проведения выставок и т.п.

Развитию конгрессно-выставочного направления MICE-туризма в Москве и Санкт-Петербурге также способствует расположение на их территории крупнейших российских компаний и представительств международных фирм. Благодаря совокупности указанных ранее факторов, на Москву и Санкт-Петербург приходится 75-80% делового туризма в России [31]. В марте 2019 года в Москве планируется более 50 международных выставок [32], среди которых можно выделить международную строительно-интерьерную выставку «BATIMAT Russia 2019», в которой примут участие более 1000 компаний и более 10 тысяч посетителей [33], а также международную выставку промoиндустрии «IPSA 2019» (3500 посетителей, 90 участников) [34]. Обе выставки пройдут в МВЦ «Крокус Экспо». В Санкт-Петербурге в марте 2019 года планируется проведение 22 выставок [32], среди которых две – международные, а именно международная специализированная выставка «Высокие технологии. Инновации. Инвестиции (HI-TECH) 2019» (126 инновационных проектов, 347 участников из 12 стран, 6500 посетителей) [35] и международный форум «Экология большого города 2019» (130 участников, 4000 посетителей). Обе выставки пройдут в КВЦ «ЭКСПОФОРУМ» [36].

Как уже было сказано, популярность Санкт-Петербурга и Москвы в качестве направлений для конгрессно-выставочного туризма связана с осведомленностью клиентов об организации MICE-мероприятий, а также со сформировавшимся отношением к данным дестинациям. Мероприятия, которые проводятся в указанных городах, рекламируются в СМИ, на сайтах самих выставок, на сайтах организаторов и места проведения, а также через туристские фирмы, благодаря чему потенциальные посетители узнают, где и когда проводятся подобные мероприятия. Чем чаще проводятся деловые выставки в определенном городе, тем у большего количества потенциальных клиентов дестинация вызывает ассоциацию с деловым туризмом.

Казань, Челябинск, Нижний Новгород, Краснодар, Екатеринбург, Новосибирск можно назвать центрами MICE-туризма третьего порядка. В октябре 2019 года в Казани планируется проведение всемирного Цифрового Саммита по интернету вещей и искусственному интеллекту «IoT & AI World Summit Russia 2019», а в Нижнем Новгороде в апреле под руководством Министерства здравоохранения РФ организуется всероссийская научно-практическая конференция «Дыхательные пути – единая система».

В Челябинске и Екатеринбурге ежегодно проводится более 30 выставок и конференций. Основное отличие мероприятий в данных городах от мероприятий в Москве и Санкт-Петербурге – масштабность проведения и состав участников: большинство крупных международных конференций и выставок проходят в Москве и Санкт-Петербурге, в то время как в других регионах чаще организуют межрегиональные либо местные мероприятия.

Отдельно хотелось бы выделить Сочи как один из центров конгрессно-выставочного направления MICE-туризма. Благодаря широкому развитию инфраструктуры, приуроченному к проведению Олимпийских игр в 2014 году, город-курорт Сочи отличается большим количеством отелей 4* и 5*, предоставляющих полный спектр услуг для проведения деловых встреч и мероприятий. Строительство отелей, принадлежащим таким известным мировым гостиничным брендам, как Radisson Hotel Group, Swissôtel Hotels & Resorts, AccorHotels, Hyatt Hotels Corporation, способствует привлечению клиентов, которые доверяют перечисленным брендам и уверены в качестве предоставляемых услуг. Еще одной отличительной особенностью курорта является его мягкий субтропический климат, позволяющий проводить деловые мероприятия даже в низкий сезон. Другой черноморский курорт – Крым – на сегодняшний день не выдерживает конкуренции с Сочи в проведении мероприятий MICE-туризма в силу недостаточного развития инфраструктуры. Таким образом, Сочи обладает широким потенциалом для развития MICE-туризма, в том числе и международного, чем объясняется проведение в Сочи такого масштабного мероприятия, как саммит АСЕАН в 2016 году.

В рамках данной работы был проведен анализ деловых мероприятий, проведенных в России в 2018 году (полный список мероприятий представлен в Приложении 1). Материалом для исследования послужили база данных проекта All-Events [37] и календарь мероприятий информационного агентства ИНВЕСТИНФРА [38]. В таблице 3 (см. Приложение 2) представлено ежемесячное количество мероприятий, которые проходили в городах России в 2018 году. Согласно таблице, наибольшее количество мероприятий (более 200) было проведено в апреле (209), сентябре (223), октябре (273) и ноябре (280). Данная тенденция объясняется тем, что большая доля мероприятий приходится на Москву и Санкт-Петербург, где в указанные месяцы увеличивается поток деловых туристов. В то же время в летние месяцы (особенно июль и август) наблюдается спад в количестве мероприятий, потому как в указанный период большинство граждан предпочитают брать отпуска и путешествовать с иными целями, отличными от деловых. Более наглядно данная информация представлена на рисунке 6.

Если рассматривать распределение мероприятий без учета Москвы и Санкт-Петербурга, указанная тенденция будет менее ярко выражена, при этом наименьшая доля мероприятий будет приходиться на январь и декабрь, что объясняется предпраздничными и праздничными днями, в течение которых снижается интерес к деловым мероприятиям.

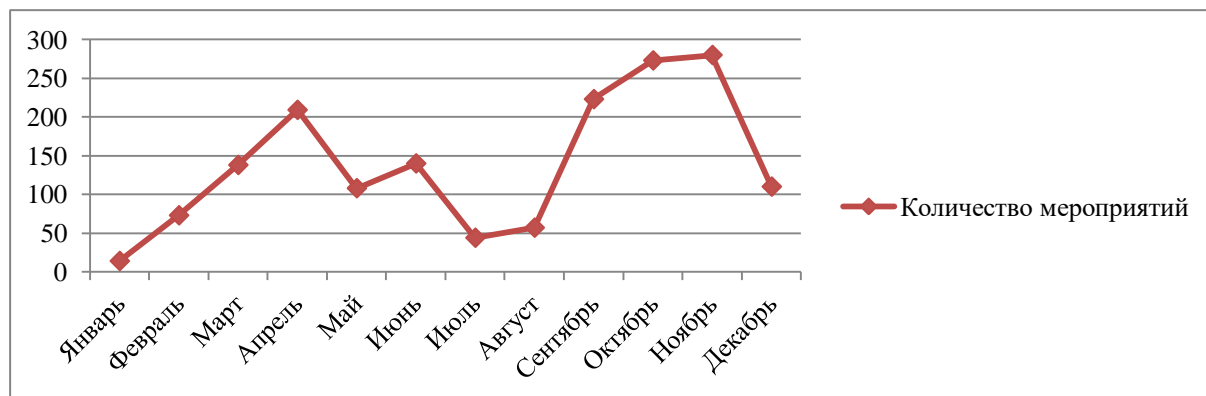


Рисунок 6. – Распределение конгрессно-выставочных мероприятий 2018 года по месяцам [составлен автором].

На рисунке 7 представлено распределение деловых мероприятий по экономическим районам. Как видно на диаграмме, лидирующие позиции принадлежат: Центральному экономическому району с центром в Москве (76% всех мероприятий), что доказывает высокую централизацию в распределении деловых мероприятий по регионам. На втором месте по количеству мероприятий – Северо-Западный экономический район (представленный Санкт-Петербургом), который уступает Центральному району почти в шесть раз. Однако его можно назвать значимым деловым центром, так как в следующем за ним Северо-Кавказском районе было проведено в 4 раза меньше мероприятий (222 мероприятия в Санкт-Петербурге и 51 мероприятие в Северо-Кавказском районе).

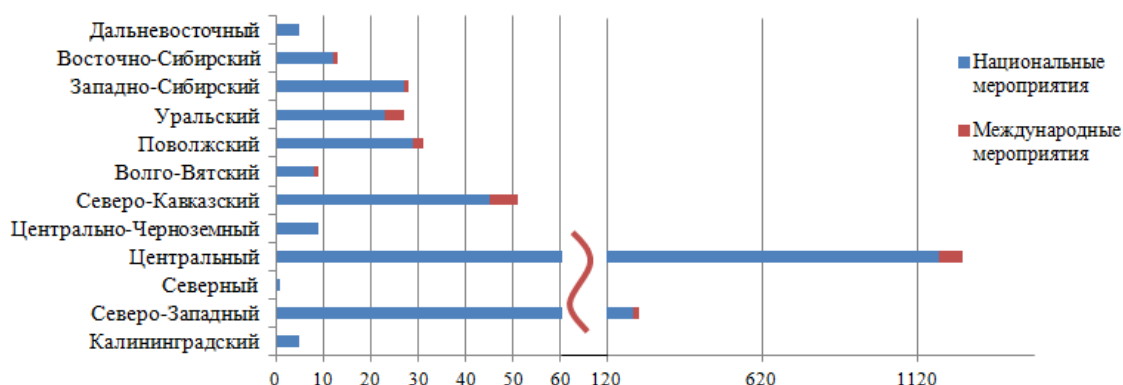


Рисунок 7. - Распределение конгрессно-выставочных мероприятий 2018 года по экономическим районам России [составлен автором].

Нельзя не отметить, что среди регионов высока доля Западно-Сибирского экономического района, представленного, в первую очередь, Новосибирском. В то же время, по количеству международных мероприятий Западно-Сибирский район отстает, в том числе, и от Уральского экономического района. Согласно данным таблицы 4, по количеству международных деловых мероприятий, благодаря Москве, лидирует Центральный экономический район (72% международных мероприятий). Санкт-Петербург, занимая второе место, организует еще 14% международных мероприятий. Оставшиеся 14% распределены между такими районами, как Северо-Кавказский (5,6% - Сочи и Краснодар), Уральский (3,8% - Екатеринбург и Челябинск), Поволжский (2% - Казань), а также Западно-Сибирский (Новосибирск), Восточно-Сибирский (Иркутск) и Волго-Вятский (Нижний Новгород) по 1% международных деловых мероприятий.

Таблица 4. – Международные мероприятия 2018 года на территории РФ [составлена автором].

Экономический район	Города	Количество международных мероприятий	Количество международных мероприятий, %
Калининградский	Калининград	0	0,0%
Северо-Западный	Санкт-Петербург	15	14,0%
Северный	Архангельск	0	0,0%
Центральный	Брянск	0	0,0%
	Калуга	2	1,9%
	Москва	75	70,1%
	Смоленск	0	0,0%
	Ярославль	0	0,0%
Центрально-Черноземный	Воронеж	0	0,0%
	Курск	0	0,0%
Северо-Кавказский	Краснодар	1	0,9%
	Ростов-на-Дону	0	0,0%
	Севастополь	0	0,0%
	Сочи	5	4,7%
	Ставрополь	0	0,0%
	Ялта	0	0,0%
Волго-Вятский	Нижний Новгород	1	0,9%
Поволжский	Волгоград	0	0,0%
	Казань	2	1,9%
	Самара	0	0,0%
	Саратов	0	0,0%
	Ульяновск	0	0,0%
Уральский	Екатеринбург	2	1,9%
	Уфа	0	0,0%

	Челябинск	2	1,9%
Западно-Сибирский	Кемерово	0	0,0%
	Новосибирск	1	0,9%
	Сургут	0	0,0%
	Ханты-Мансийск	0	0,0%
Восточно-Сибирский	Иркутск	1	0,9%
	Красноярск	0	0,0%
Дальневосточный	Владивосток	0	0,0%
Всего:		107	100%

Таким образом, подтверждается региональное отличие мероприятий – большинство международных мероприятий проводится в Москве, Санкт-Петербурге и Сочи, доля остальных городов значительно меньше.

На рисунке 8 представлены виды мероприятий, проведенных в 2018 году. Среди них явно преобладают конференции; форумы и семинары занимают второе и третье место соответственно. Данное распределение наиболее ярко выражено в Москве, но тенденция, с некоторыми исключениями, сохраняется в целом по регионам.

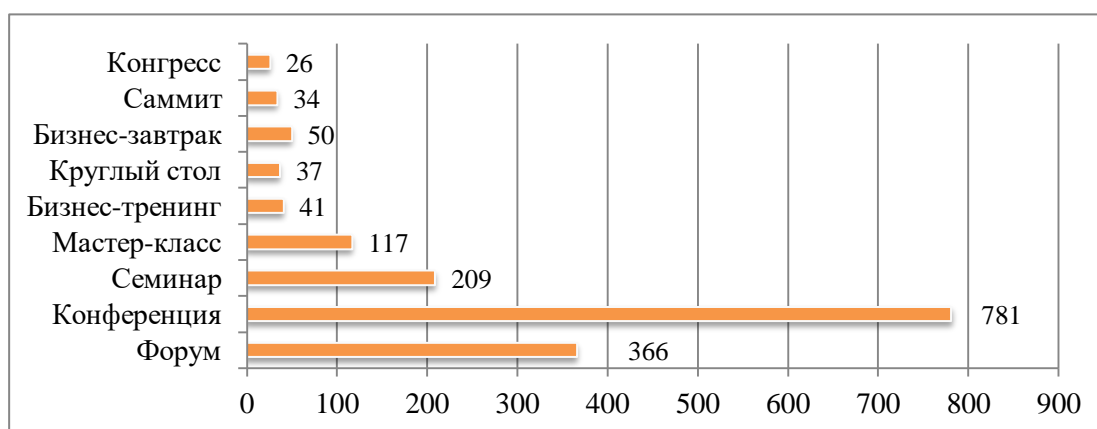


Рисунок 8. – Мероприятия [составлен автором на основе таблицы 5, Приложение 3]

Рассмотрим региональные различия конгрессно-выставочного туризма на примере проведения планируемых туристских выставок в 2019 году (см. Приложение 4). В подтверждение вышесказанного, наибольшее количество выставок проводится в Москве, однако, Санкт-Петербург по количеству выставок уступает таким городам, как Волгоград, Киров и Ростов-на-Дону. На рисунке 6 представлено распределение выставок по экономическим районам страны. Проведение четверти всех туристских выставок 2019 года планируется в Центральном экономическом районе, представленном единственным городом – Москвой. Второе место (17,9% выставок) занимает Северо-Кавказский экономический район, благодаря проведению выставок в таких центрах, как Сочи, Ялта,

Симферополь и Ростов-на-Дону. 14,3% туристских выставок будет проведено в Поволжском экономическом районе (Казань, Самара, Волгоград). Равное количество выставок (10,7%) проводится в Волго-Вятском и Уральском районах. Северо-Западный район, представленный Санкт-Петербургом, находится наравне с Западно-Сибирским (Новосибирск), Центрально-черноземным (Белгород) и Дальневосточным (Владивосток) районами, так как в каждом из них в 2019 году планируется лишь одно мероприятие, посвященное туризму. Северный экономический район – единственный, в котором не ожидается ни одной туристской выставки.

Менее выраженная централизация Москвы в распределении туристских выставок объясняется приоритетностью туризма для таких регионов, как Краснодарский край и Поволжье.

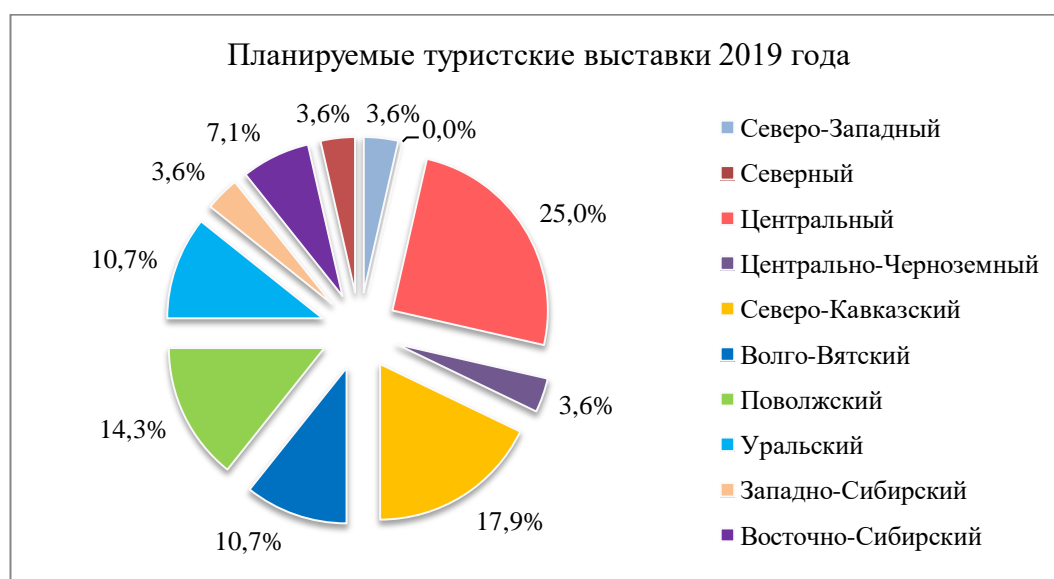


Рисунок 9. – Распределение туристских выставок 2019 года по экономическим районам РФ [составлен автором на основе таблицы 6, Приложение 4].

По итогам проведенного анализа можно сделать вывод о высокой централизации Москвы в проведении мероприятий конгрессно-выставочного туризма: в столице проводится наибольшая доля мероприятий в целом и международных мероприятий в частности. Роль Москвы снижается при рассмотрении вопроса с точки зрения видов экономической деятельности, в рамках которых проводятся мероприятия (например, туристская сфера). Наблюдается региональная диспропорция по количеству организуемых мероприятий: такие экономические районы, как Северный, Калининградский, Волго-Вятский, Центрально-Черноземный, Восточно-Сибирский и Дальневосточный, играют наименьшую роль в организации конгрессно-выставочных мероприятий. В районах с более развитым направлением MICE-туризма наблюдаются центр-периферийные

различия: все проводимые мероприятия сосредоточены в главных центрах экономических районов, а именно в Москве, Санкт-Петербурге, Сочи, Екатеринбурге, Новосибирске.

Региональные особенности организации инсентив-туров менее изучены, так как большинство инсентив-программ делается под заказ и данные по их проведению отсутствуют в свободном доступе. Проведение поощрительных поездок для сотрудников компаний с выездом за пределы постоянного места проживания требует от предприятия высоких затрат, которые могут позволить себе только довольно крупные предприятия, которые заботятся о корпоративной культуре, поощрении и мотивации своих сотрудников. Поэтому основным поставщиком туристов для инсентив-туров выступают крупные фирмы, расположенные в Москве и Санкт-Петербурге, а высокая стоимость путешествий по России определяет и географию направлений: дестинации Московской и Ленинградской областей, маршрут «Золотого кольца», курорты Черноморского побережья, Карелия. Среди компаний, организующих для сотрудников инсентив-туры, отдельно можно выделить так называемый «VIP-сегмент», который характеризуется выбором дорогостоящих дестинаций, преимущественно за границей, и требованием не просто высокого качества обслуживания, но и предоставлении особо дорогих услуг (например, полет на вертолете).

2.2. Проблемы и перспективы развития

MICE-туризм является высокодоходным направлением развития туризма в целом, спрос на его услуги ежегодно растет. Активному развитию MICE-туризма в России препятствует ряд существенных проблем, схематично представленных на рисунке 10. Рассмотрим их более детально.

Основная проблема развития делового туризма в России была выделена в предыдущем параграфе на основе анализа рынка MICE-туризма в стране. Данная проблема заключается в высокой концентрации всех проводимых мероприятий в Москве и Санкт-Петербурге. Другие регионы страны представляют гораздо меньший интерес, особенно для крупных международных компаний. Такой дисбаланс развития приводит к недофинансированию регионов. При этом наблюдаются резкие центр-периферийные контрасты во всех регионах страны: развитие делового туризма в региональном центре и отсутствие деловых мероприятий в других населенных пунктах региона.

Из указанной причины вытекает множество неблагоприятных последствий: неравномерное развитие регионов страны, низкое качество предоставления услуг, концентрация специалистов в основных деловых центрах, недоверие россиян и иностранцев к качеству предоставления услуг в стране и, соответственно, плохая репутация MICE-услуг на территории России.



Рисунок 10. – Основные проблемы развития MICE-туризма в России [составлен автором].

Ключевой причиной неравномерного развития MICE-туризма в России является неразвитая туристская инфраструктура. Потребители MICE-услуг – наиболее требовательная аудитория. Для MICE-туристов необходимо высокое качество услуг, большой выбор дополнительных услуг в отелях, транспортная доступность дестинации и удобство перемещения, площадки для проведения деловых мероприятий, высококласное оборудование и т.п. Большинство регионов нашей страны могут предоставить все вышеперечисленные услуги только непосредственно в региональном центре, но далеко не на всей территории региона.

Другой немаловажной причиной неравномерного развития регионов являются различные климатические условия. Конечно, одна из особенностей MICE-туризма - его

внесезонность, однако регионы с суровыми погодными условиями отталкивают потенциальных потребителей услуг МІСЕ-туризма.

Удаленность от основных деловых центров России способствует увеличению стоимости на все составляющие МІСЕ-туризма: высокая стоимость перелетов по стране; отсутствие конкуренции приводит к дорогому обслуживанию, включающее питание и проживание. Утечка кадров в более развитые регионы приводит к нехватке квалифицированных сотрудников.

Как отмечалось в предыдущем параграфе, одной из причин популярности таких деловых центров, как Москва и Санкт-Петербург, является осведомленность клиентов о проведении на территории данных дестинаций мероприятий в сфере МІСЕ-туризма. Иными словами, у клиентов сформировано отношение к брендам данных территорий. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что отсутствие сильных брендов остальных регионов и городов России является еще одной причиной неразвитости делового туризма и региональной диспропорции.

Для решения указанной проблемы регионам необходимо заниматься не только развитием и продвижением своего бренда, но также работать над созданием уникальных предложений и необычных площадок для их проведения. Используя туристский потенциал своей территории, регионы могут повысить спрос на МІСЕ-туризм, так как он легко сочетается с другими видами туризма, которые могут быть наиболее развиты в регионе. Создание эксклюзивных предложений может привлечь потенциального клиента, несмотря на дальность расстояний.

МІСЕ-туризм всегда несет экономическую выгоду, поэтому необходимость его развития в регионах заключается в следующем [39]:

- возможность получения финансирования на развитие региона,
- развитие инфраструктуры,
- улучшение качества жизни,
- создание рабочих мест,
- увеличение турпотока в целом,
- выравнивание уровня развития и финансирования регионов.

МІСЕ-туризм в России имеет широкие перспективы. Научно-технический прогресс не стоит на месте, появляются новые исследования и изобретения, которые необходимо представлять. Именно МІСЕ-туризм может предоставить возможности для наиболее качественной организации подобных мероприятий. Проблема регионального дисбаланса развития МІСЕ-туризма препятствует развитию малых и средних предприятий, так как у

них нет возможности посетить мероприятия, проводимые в столице, а мероприятия подобного уровня не проводятся в регионах.

Компания АБТ-АСТЕ Russia (Российская Ассоциация бизнес-туризма, Russian Association of Business Travel) является одной из крупнейших международных организаций в сфере делового туризма на территории России и СНГ [40]. Помимо организации мероприятий в сфере MICE-туризма, данное предприятие проводят аналитические исследования в индустрии делового туризма и ведут свой электронный новостной бюллетень - Вестник АБТ-АСТЕ. Ежегодно сотрудники фирмы подводят итоги своей деятельности, анализируют тенденции уходящего года и представляют новые тренды в сфере делового туризма.

Согласно итогам 2018 года:

- 80% мероприятий проходят на базе отелей,
- топ-5 популярных видов деловых мероприятий: корпоратив, встречи и переговоры, тимбилдинг, образовательные программы, развлекательные программы,
- среднее количество участников мероприятий - 50-100 человек,
- деловые туристы стремятся к самостоятельной организации путешествий,
- в процессе организации мероприятий все больше используют инструменты дизайн-мышления, направленные на лучшее понимание клиентов,
- Россия приняла 0,1% от всех международных мероприятий.

В связи с экономической и политической ситуации в стране, сотрудники Ассоциации бизнес-туризма представляют свое видение трендов 2019 года в индустрии делового туризма, представленных в таблице 7.

Таблица 7. – Тренды 2019 года в индустрии бизнес-туризма [составлена автором на основе данных компании АБТ-АСТЕ [40]].

Тренд	Описание
«Креатив при низких бюджетах»	Внедрение развлекательной программы в деловые мероприятия, использование новых форматов общения с аудиторией – квесты, интерактивы, иммерсивные шоу и т.д., которые вовлекают всех участников в процесс мероприятия.
«Повышение качества сервиса и эффективности»	Необходимость использования наглядных презентаций и отчетов, отражающих все преимущества для клиента от проведения мероприятия.
«Консолидация бизнеса и	В рамках реализации федеральной целевой программы «Развитие

государства»	внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на 2019-2025 гг.» бизнес может способствовать развитию туризма в дестинации при поддержке государства
«Использование достижений Мундиаля-2018»	Грамотное использование спортплощадок, новых средств инфраструктуры - отелей, ресторанов, привлечение внимания к безопасности мероприятий - подразделения туристической полиции в Москве, Санкт-Петербурге, Сочи и Казани.
«Технология VS. опыт»	Возрастающая роль цифровых технологий и онлайн-сервисов для организации путешествий повышает спрос на высококвалифицированных сотрудников, которые не просто грамотно используют все инновационные ресурсы, но и предлагают креативные идеи, удовлетворяющие нужды заказчиков.
«Комфорт, мотивация – прибыль. Bleasure-бум»	Деловые туристы все чаще путешествуют вместе с семьей, предпочитая совмещать бизнес-поездки с отдыхом (концепция «bleasure» – см. рисунок 12); такая возможность служит мотивацией для совершения деловой поездки и, в то же время, требует от организаторов предоставления широкого спектра дополнительных услуг (включая эксклюзивные услуги) и обеспечения их высокого качества.
«Спрос на тревел-услуги»	Осознание важности «корпоративной тревел-политики» российских компаний привело к росту числа командировок и деловых поездок в России, что, в свое время, повысило спрос на авиабилеты в 2018 году на 22%.
«Комплексная тревел-безопасность»	Информационная подготовка сотрудников по безопасности в поездках как часть корпоративной культуры безопасности в командировках.

Согласно данной таблице, основной акцент при организации деловых путешествий в 2019 году заключается в умелом сочетании новых технологий, креативных идей и внимания к нуждам клиента. При этом необходимо обосновывать клиентам преимущества проводимых мероприятий ввиду их высокой стоимости на фоне экономической ситуации в стране.

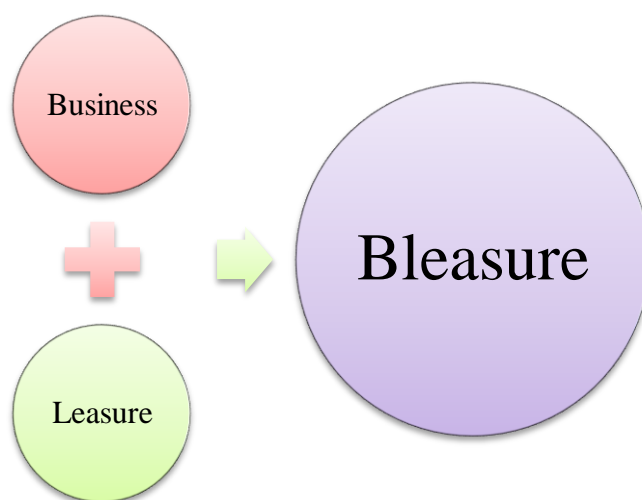


Рисунок 12. – Составляющие концепции «bleasure» [составлен автором].

На основе проведенного анализа рынка МІСЕ-туризма в стране в целом, выделении региональных особенностей МІСЕ-туризма, а также проблем и перспектив его развития необходимо провести анализ рынка МІСЕ-туризма в Республике Алтай.

2.3. Оценка текущей ситуации в Республике Алтай

Республика Алтай, расположенная на юге Западной Сибири, является одним из десяти субъектов Сибирского федерального округа России и граничит с Алтайским краем (на северо-западе), Кемеровской областью (на севере), Республикой Хакасия (на северо-востоке) и Республикой Тыва (на востоке), а также с Казахстаном (на юго-западе), Китаем (на юге) и Монголией (на юго-востоке). Карта-схема Республики Алтай представлена на рисунке 13. Площадь занимаемой Республикой Алтай территории составляет 92,3 тыс. км² (05,55% территории страны), население (по данным на 01.01.2018г.) – 218,063 тыс. человек. В Республике преобладает сельское население (доля городских жителей к 2017 году составила всего лишь 29,2%) [41]. Административным центром Республики является единственный город – Горно-Алтайск (население города на 01.01.2017 года составляет 63,3 тыс. человек) [41]. Административно-территориальное деление Республики представлено следующими образованиями:

- 1 городской округ (Горно-Алтайск),
- 10 муниципальных районов (Кош-Агачский, Майминский, Онгудайский, Турочакский, Улаганский, Усть-Канский, Усть-Коксинский, Чемальский, Чойский и Шебалинский),
- 92 сельских поселения,
- 248 населенных пунктов.



Рисунок 13. – Административно-территориальное деление Республики Алтай и пограничные территории [41].

Определим место Республики Алтай в распределении турпотока по субъектам Сибирского федерального округа. По данным Ростуризма общий турпоток в СФО в 2016 году составил 4613,9 тыс. человек. Согласно рисунку 14, среди 12 субъектов СФО Республика Алтай занимает 8-е место по объему турпотока в 2016 году (5% от общего объема). При этом численность лиц, размещенных в КСР в Республике Алтай, почти в 4 раза ниже, чем в Новосибирской области (лидер рынка СФО по количеству туристов).



Рисунок 14. – Турпоток в Сибирском федеральном округе в 2016 году [составлен по данным официального сайта Федерального агентства по туризму].

В 2016 году Сибирский федеральный округ посетили 329,3 тыс. иностранных граждан. На рисунке 15 отражена доля каждого субъекта СФО в соответствии с численностью иностранных граждан, размещенных в КСР в 2016 году.

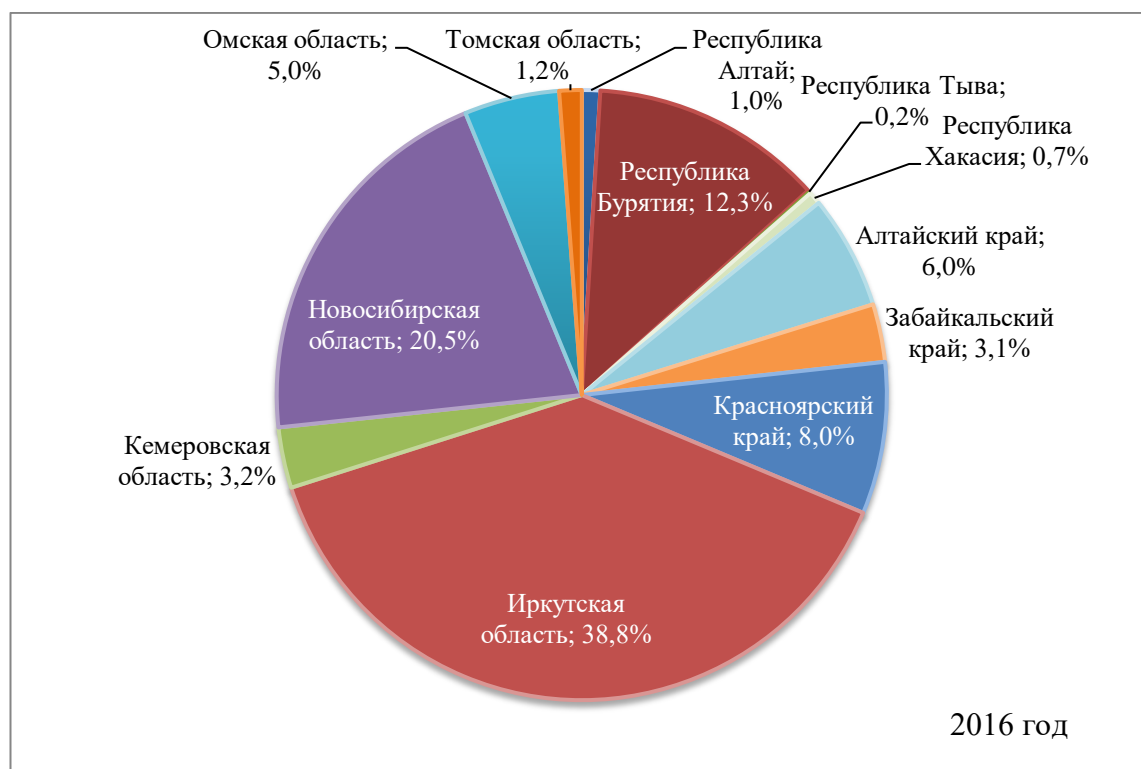


Рисунок 15. – Соотношение субъектов СФО по численности иностранных туристов [составлен по данным официального сайта Федерального агентства по туризму].

Согласно рисунку 15, Республика Алтай находится на 10-м месте по количеству иностранных туристов в СФО (1,0% от общего объема, что соответствует 3,2 тыс. чел.). Лидирующие позиции занимают Иркутская область (38,8%, 127,7 тыс. чел.), Новосибирская область (20,5%, 67,4 тыс. чел.), Республика Бурятия (12,3%, 40,6 тыс. чел.). Озеро Байкал привлекает большое количество иностранных туристов, как в Иркутскую область, так и в Республику Бурятия. Данные субъекты также объединяет маршрут Великого чайного пути. Новосибирская область, в свою очередь, является крупнейшим деловым центром СФО. Отставание по количеству иностранных туристов в таких субъектах, как Республика Алтай, Республика Хакасия и Республика Тыва, можно объяснить следующими факторами: слабое продвижение регионов на иностранных рынках и низкий уровень развития туристской инфраструктуры.

Рассмотрим роль и состояние туристической индустрии в Республике Алтай. Согласно «Стратегии социально-экономического развития Республики Алтай на период до 2035 года», утвержденной постановлением Правительства Республики Алтай от 13 марта 2018

года № 60, туризм является одной из приоритетных отраслей экономики Республики Алтай (п.2.3), формирование и развитие туристической отрасли Республики Алтай – одно из основных направлений экономического развития региона (п.5.2) [43]. В рамках государственной программы Республики Алтай "Развитие экономического потенциала и предпринимательства" сформирована подпрограмма «Развитие внутреннего и въездного туризма» [44]. Указанные документы определяют роль, цели, задачи и вектор развития туризма в Республике Алтай.

Обратимся к динамике туропотока в Республику Алтай за последние 3 года. Согласно данным статистики, представленным на официальном сайте Правительства Республики Алтай, в 2018 году регион посетили 2 115 тыс. человек, что превысило уровень 2017 года на 3,1% [41]. На гистограмме, представленной на рисунке 16, наглядно отражен стабильный рост общего турпотока в Республику Алтай с 2016 года.

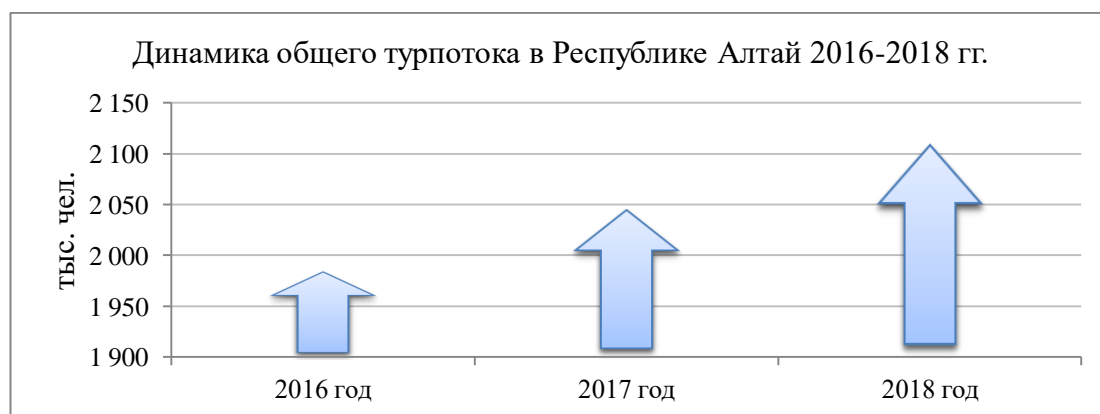


Рисунок 16. – Динамика общего турпотока в Республике Алтай 2016-2018 гг. [составлен по данным официального сайта Правительства Республики Алтай].

Однако при рассмотрении туристского потока по регионам, ситуация становится менее стабильной (см. рисунок 17). Согласно данным показателям, в таких районах, как Кош-Агачский, Онгудайский, Улаганский, Усть-Коксинский, и в г. Горно-Алтайске наблюдается незначительный, но стабильный рост прибытий за последние три года. Однако общее количество прибытий в указанных районах, значительно ниже, чем в тройке лидеров по количеству посещений, а именно Чемальском, Майминском и Турочакском районах. При этом в Майминском и Турочакском районах турпоток вырос за последний год, в то время как в Чемальском районе наблюдается значительное снижение количества прибытий в 2018 году. Тем не менее, Чемальский район все еще остается наиболее популярным для туристов.

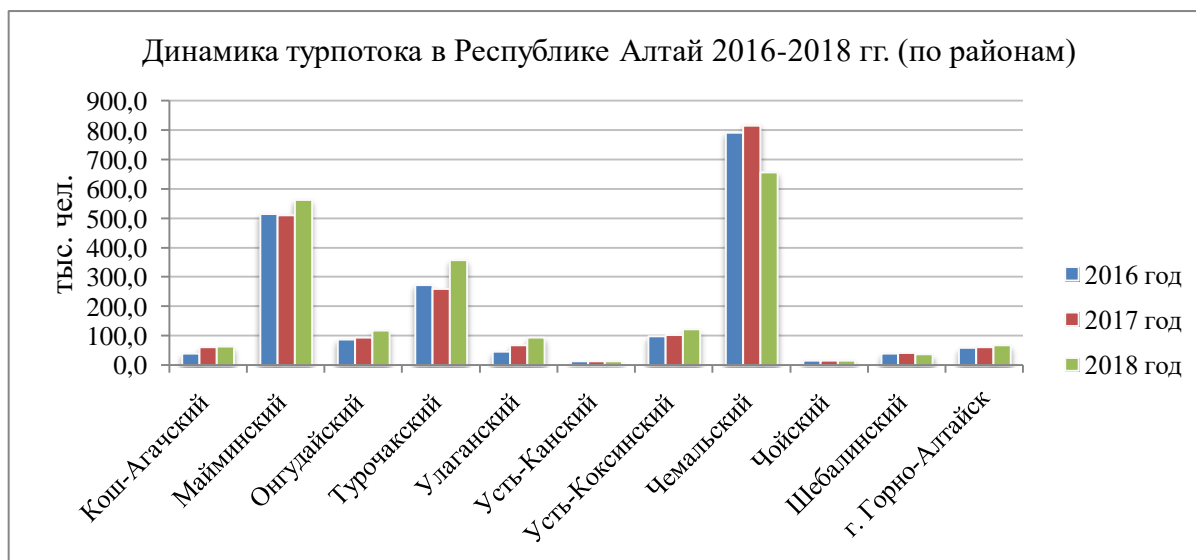


Рисунок 17. – Распределение турпотока по муниципальным районам Республики Алтай в 2016-2018 гг. [составлена на основе данных Приложения 5].

По сезонам турпоток в 2018 году распределяется следующим образом: наибольшее количество посетителей приходится на летний период (с мая по сентябрь), на втором месте – межсезонье (апрель, октябрь, ноябрь), наименьшее количество посетителей в зимний сезон (январь, февраль, март, декабрь). При этом наиболее активный туристский сезон приходится на три летних месяца (44,6% общего турпотока в 2018 году). Более наглядно данное распределение представлено на рисунке 18.

Количество посещений

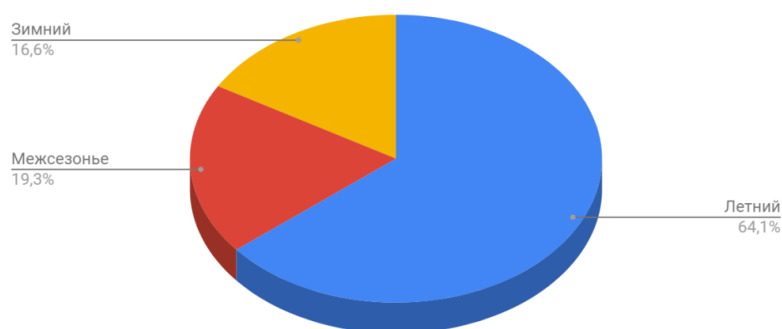


Рисунок 18. – Динамика турпотока по сезонам в Республике Алтай в 2018 году [составлена на основе данных официального сайта Правительства Республики Алтай].

Ежегодно в период наиболее активного туристского сезона Министерство экономического развития и туризма Республики Алтай проводит анкетирование туристов,

по результатам которого определяется география прибытий, представленная на рисунке 19. Согласно данным за 2017 год, наибольшую долю прибытий занимают туристы из соседних регионов СФО (88,1% общего туропотка), в первую очередь из Алтайского края и Новосибирской области.

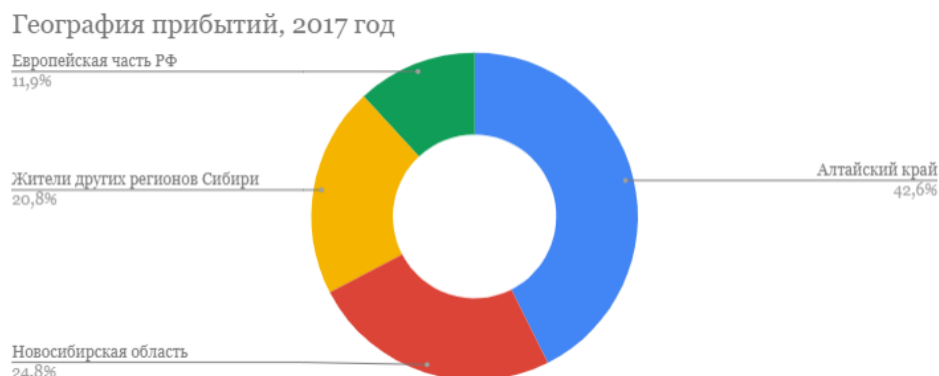


Рисунок 19. – География прибытий в Республику Алтай по данным за июнь-август 2017 года [составлен автором на основе данных официального сайта Правительства Республики Алтай].

Рассмотрим географию прибытий в динамике за 2016-201 гг. (см. рисунок 20). Согласно графику, наблюдается рост числа туристов из Алтайского края и Новосибирской области, в то время как количество прибытий из других регионов Сибири заметно снизилось к 2017 году. Республика Алтай наиболее популярная у жителей СФО, при этом стоит отметить рост прибытий из европейской части России (их количество увеличилось на 0,5% к 2017 году).

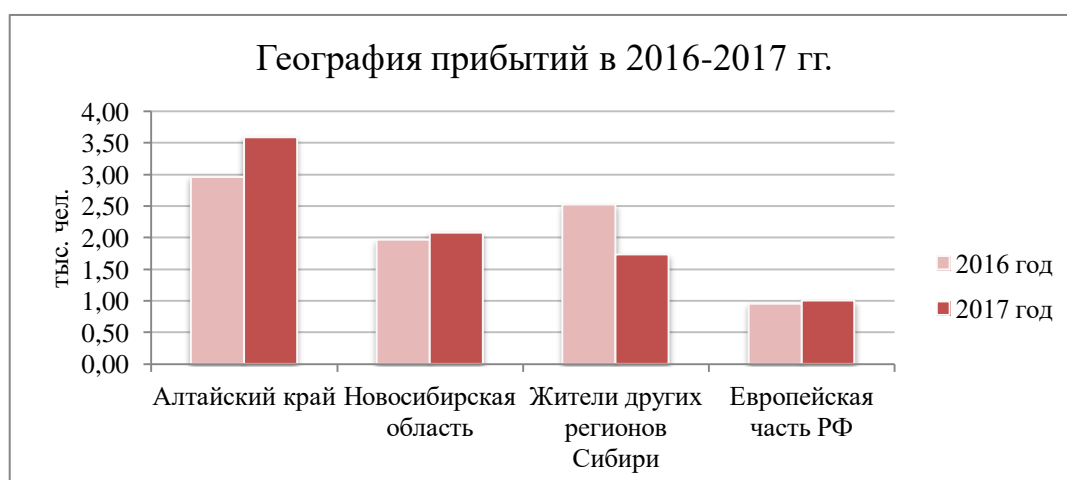


Рисунок 20. – География прибытий в Республику Алтай по данным опроса туристов в июне-августе 2016-2017 гг. [составлен автором по данным официального сайта Правительства Республики Алтай].

С июня по август наибольшей популярностью у посетителей Республики Алтай пользуются следующие виды услуг [41]:

- водные сплавы (востребованы у 45% туристов),
- экскурсии к природным и историко-культурным объектам (28%),
- экстремальные аттракционы (15%),
- многодневные пешие и конные походы (4%),
- лечебно-оздоровительные услуги (8%).

Далее обратимся к состоянию туристской инфраструктуры в регионе. Согласно данным статистики, представленной на официальном сайте Правительства Республики Алтай, всего на территории данного субъекта функционирует 377 коллективных средств размещения. На рисунке 21 отражено распределение КСР по муниципальным районам Республики (по данным на 31.12.2018 года).

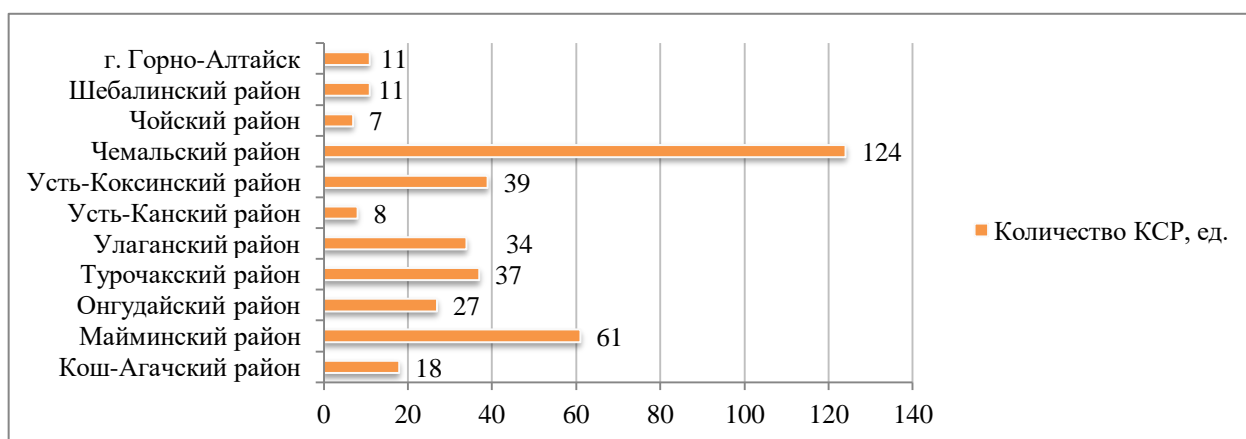


Рисунок 21. – Распределение коллективных средств размещения по муниципальным образованиям Республики Алтай в 2018 году [составлен автором на основе данных Приложения 6].

Как видно из диаграммы, $\frac{1}{3}$ всех коллективных средств размещения Республики Алтай (124 ед.) расположена в Чемальском районе. В два раза меньше КСР (61 ед.) предоставляет соседний с ним Майминский район. Около 30% коллективных средств размещения Республики Алтай в совокупности приходится на Усть-Коксинский (39 ед.), Турочакский (37 ед.) и Улаганский (34 ед.) районы. Наименьшее количество КСР представлено в Чойском (7 ед.) и Усть-Канском (8 ед.) районах.

В 2019 году в Республике Алтай классификация КСР станет обязательной. По данным на 1 января 2019 года добровольную классификацию по звездности прошли только 7 гостиниц, данные по которым представлены в таблице 10.

Таблица 10. – Гостиницы Республики Алтай, получившие категорию звездности к 2019 году [составлена по данным официального сайта Правительства Республики Алтай].

Муниципальный район	Название КСР	Категория звездности
Майминский	Природно-оздоровительный Комплекс «Алтай Резорт»	5*
	Горнолыжный комплекс «Манжерок»	3*
Турочакский	ООО «Алтай Виладж»	5*
Чемальский	База отдыха «Турсиб»	4*
	Турбаза «Бирюза»	2*
г. Горно-Алтайск	Отель «Игман»	3*
	Гостиница «Алтын Туяк»	1*

Таким образом, только два КСР в Республике Алтай имеют категорию «пять звезд», и одна – «четыре звезды».

Распределение коллективных средств размещения по районам в некоторой степени отражает динамику туристического потока. Согласно гистограмме, изображенной на рисунке 22, самым популярными районами у туристов являются Чемальский (31% общего турпотока) и Майминский (27% общего турпотока). Как можно заметить, разница в количестве посещений указанных районов меньше, чем разница в количестве средств размещения.

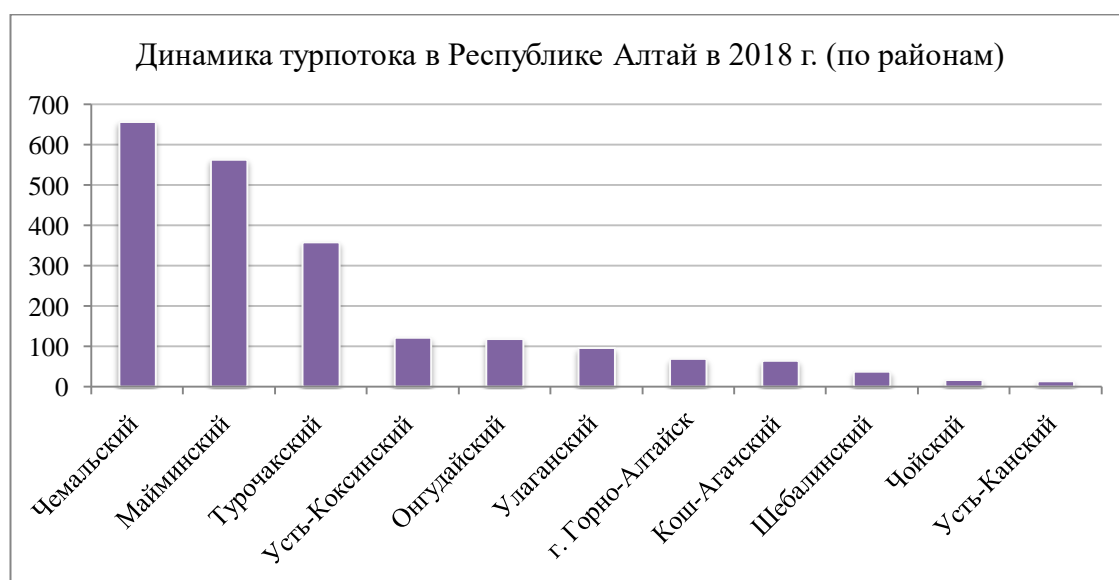


Рисунок 22. – Динамика турпотока по районам Республики Алтай в 2018 году [составлен автором на основе данных Приложения 5].

Наибольшее количество предприятия питания расположено в популярных туристских районах, а именно в Чемальском и Майминском районах, в г. Горно-Алтайске, а также в районе Телецкого озера. Небольшие заведения есть в каждом районе региона, и расположены они непосредственно вблизи туристских стоянок, на базе средств размещения и на горных перевалах по пути Чуйского тракта.

В 2018 году представители туриндустрии региона совместно с представителями Министерства экономического развития и туризма Республики Алтай приняли участие в двух международных туристских выставках, проходивших в Москве, а именно «Интурмаркет-2018» и «МИТТ-2018». По результатам работы выставки «Интурмаркет-2018» было подписано соглашение с Красноярским краем о сотрудничестве в сфере туризма. На выставке «МИТТ-2018» Республика Алтай была представлена впервые. Регион получил приз в номинации «Яркий дебют» и занял почетное второе место в конкурсе «лучший видеоролик регионов России». Примечательно, что иностранная аудитория наиболее активно голосовала именно за Республику Алтай [41].

В 2019 году Республика Алтай также планирует участие в международных туристских выставках – «Интурмаркет-2019» и «МИТТ/Путешествие и туризм-2018» – в Москве, а также в двух онлайн-выставках в сфере туризма: «Знай Наше: Лето 19» и «Знай Наше: Зима 2019/20».

Продвижение турпродукта Республики Алтай ведется с использованием электронных площадок, в том числе федерального уровня (Единый национальный туристско-информационный портал «RUSSIA.TRAVEL»). В целом, туристский потенциал Республики Алтай представлен на следующих интернет-ресурсах:

- официальный сайт Правительства Республики Алтай (раздел «Туризм») [41],
- официальный сайт Министерства экономического развития и туризма Республики Алтай (раздел «Развитие туризма в Республике Алтай») [46],
- официальный сайт Государственного бюджетного учреждения Республики Алтай «Центр развития туризма и предпринимательства РА» (раздел «Туризм») [47],
- интернет ресурсы муниципальных образований Республики Алтай,
- интернет-ресурсы субъектов туриндустрии.

Государственная программа Республики Алтай «Развитие экономического потенциала и предпринимательства», утвержденная Постановлением Правительства

Республики Алтай от 28 сентября 2012 года №245, с изменениями на 28 декабря 2018 года, включает в себя подпрограмму «Развитие внутреннего и въездного туризма». Согласно данной подпрограмме, развитие делового туризма представляет особый интерес для региона. «В регионе, являющемся центром Алтае-Саянского экорегиона, растет деловая активность. Геополитическое положение региона будет способствовать дальнейшему росту делового туризма в регионе, что потребует строительства современных бизнес- и конгресс-центров, а также увеличения выставочных площадей.» В рамках данной программы планировалось увеличение количества туристов, приезжающих с деловыми целями, с 0,5% от общего объема турпотока в 2011 году до 3% в 2018 году, при объеме туристского потока 1,7 млн человек. Как можно заметить, реальный объем турпотока в 2018 году значительно превысил ожидаемый (2,1 млн туристов посетили Республику Алтай в 2018 году). Если по государственной программе за 7 лет предполагался рост доли делового туризма в 6 раз, то можно ожидать и дальнейшее внимание к данному направлению. Однако из всех предполагаемых данной программой видов туризма, деловой туризм занимает наименьшую долю (см. таблицу 11). Наибольшая доля отводится активному туризму.

Таблица 11. – Распределение ожидаемого объема турпотока в Республике Алтай к 2018 году [44].

Цели пребывания (вид туризма)	Доля от общего объема турпотока (%) к 2018 г.
Экологический туризм	7
Историко-культурный туризм	6
Активный туризм	48
Сельский туризм	16
Лечебно-оздоровительный туризм	4
Деловой туризм	3
Организованный автотуризм	14
Неорганизованный туризм	1,5
При объеме туристского потока 1,7 млн чел	

В подпрограмме «Развитие внутреннего и въездного туризма» выделяется ряд проблем в развития сферы туризма в Республике Алтай, а именно [44]:

- низкий уровень развития туристской инфраструктуры (недостаток/отсутствие средств размещения и объектов досуга, транспортная недоступность отдельных районов, неудовлетворительное состояние объектов показа),

- невысокое качество обслуживания во всех секторах туриндустрии вследствие недостатка квалифицированных кадров,
- слабая диверсификация турпродукта региона (как территориальная, так и сезонная),
- низкий уровень информирования и привлечения туристов на проводимые культурно-массовые мероприятия,
- недостаточное продвижение турпродукта региона на внутреннем и мировом рынке,
- несоответствие общепринятым обязательным нормам стандартизации основных туристских услуг.

Вышеперечисленные факторы сдерживают рост конкурентоспособности Республики Алтай, препятствуют реализации ее туристского потенциала и относятся ко всем видам туризма в регионе, в том числе и к деловому туризму.

По результатам анализа рынка MICE-туризма в России в Сибирском федеральном округе основным центром конгрессно-выставочного направления MICE-туризма является город Новосибирск. Ряд мероприятий также проводится в Красноярске, Бийске и Барнауле. Доля Республики Алтай по данному направлению незначительна. Рассмотрим возможные причины.

Новосибирск, безусловно, является крупным экономическим центром с развитой инфраструктурой – международный аэропорт, наличие прямых рейсов из Москвы и Санкт-Петербурга, транспортная доступность, множество отелей, подходящих для проведения различных конференции и бизнес-встреч, - все это способствует тому, что Новосибирск является главным деловым центром Сибири.

Несмотря на то что Алтайский край, в первую очередь, знаменит своими лечебно-оздоровительными курортами, такие города, как Барнаул, Бийск и Белокуриха привлекают и туристов с деловыми целями, так как регион расположен в непосредственной близости к Новосибирску и может привлечь часть делового турпотока за счет своих природных особенностей.

Республика Алтай в контексте делового туризма, находясь в тени Новосибирской области, представляет собой менее освоенный регион с более слабой инфраструктурой, особенно в горных районах. Недостаток отелей с конференц-залами является одной из причин невозможности проведения крупных конференций и деловых встреч в данном субъекте РФ.

Организация инсентив-туров популярна в Республике Алтай, но основной целевой аудиторией для инсентив-туров являются сотрудники компаний из соседних регионов СФО. Данный факт объясняется высокой ценой перелета из крупных городов европейской части России, которые являются основным поставщиком бизнес-туристов, и недостаточным продвижением туристского продукта Республики Алтай на внутреннем и международном рынке, в результате чего регион не способен выдержать конкуренцию других направлений, как по России, так и за рубежом.

Несмотря на перечисленные факторы, препятствующие развитию MICE-туризма в Республике Алтай, регион обладает большим потенциалом. Во-первых, регион расположен на границе с тремя государствами (Китай, Монголия и Казахстан), что может способствовать развитию международных связей и организации международных мероприятий. Во-вторых, Республика Алтай отличается уникальными природными ландшафтами, позволяющими развивать разнообразные виды туризма в качестве составляющих для инсентив-туров. В-третьих, вследствие близкого расположения Новосибирской области и все возрастающей тенденции «bleasure», Республика Алтай может стать дестинацией, предлагающей различные виды отдыха для бизнес-туристов, приезжающих в Новосибирск на конгрессно-выставочные мероприятия. Таким образом, Республика Алтай может стать привлекательной дестинацией для MICE-туризма при условии развития необходимой инфраструктуры и при надлежащем продвижении турпродукта региона.

Исходя из проведенных исследований, можно сделать следующие выводы: MICE-туризм в России находится на этапе становления и имеет широкие перспективы, однако его развитию по всей стране препятствует отсутствие необходимой инфраструктуры и квалифицированных кадров в регионах и высокая стоимость путешествий по России. Основной акцент в развитии делового туризма в ближайшее время будет на использовании достижений информационных технологий в организации туров, предложении необычных форматов проведения мероприятий и обосновании экономической выгоды их проведения.

Далее исследуем организацию MICE-туризма на примере компании «ГлавТурОператор».

Глава 3. Анализ деятельности туроператора на примере группы компаний ООО «ГлавТурОператор»

3.1. Описание деятельности предприятия

Компания ООО «ГлавТурОператор» (далее – «ГТО») появилась на рынке туристских услуг в 2009 году. В декабре 2018 года компания переехала в новый собственный офис по адресу: г. Санкт-Петербург, ул. Адмирала Трибуца, д. 8 лит А, пом. 501 (см. рисунок 24).

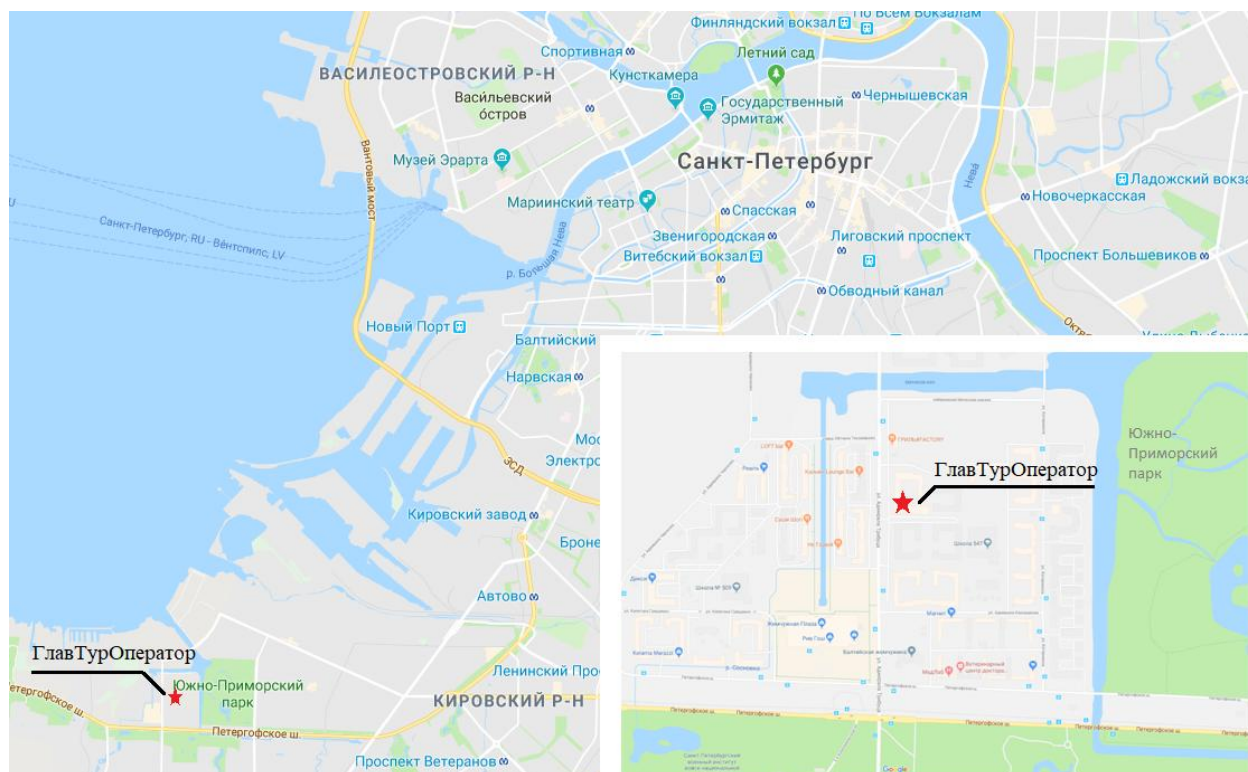


Рисунок 24. – Местоположение офиса компании «ГлавТурОператор» [составлен автором с помощью Google Карты].

За 10 лет успешной работы «ГТО» может гарантировать высокое качество по широкому ассортименту предлагаемых услуг (см. рисунок 25). Приоритетным направлением деятельности компании с момента ее основания и до настоящего времени является деловой туризм, который включает в себя организацию бизнес-семинаров и выездных конференций в различных городах России и Европы, проведение круглых столов «под ключ», программы корпоративного отдыха и тимбилдинга, а также организацию командировок для сотрудников фирм-партнеров. Слоган компании: «В путешествиях рождаются новые идеи для вашего бизнеса». Таким образом, «ГТО» работает преимущественно в сфере B2B, выступая в роли турагента. В 2018 году

компания «ГлавТурОператор» стала официальным партнером при проведении XIX Европейской трансперсональной конференции (EUROTAS-2018), организовала необычный сплав на каяках по Неве для своих партнеров, продолжила организацию круглых столов для компании «British American Tobacco» (весной 2019 года планируется проведение как минимум 5 круглых столов). В апреле 2019 года компания организует IX Международный конгресс «Спорт, человек, здоровье».



Рисунок 25. – Комплексное туристское обслуживание в «ГТО» [составлен автором].

Сотрудники компании принимают участие в выставках и презентациях для повышения своего квалификационного и профессионального уровня. Например, в марте 2018 года «ГлавТурОператор» стал участником Ежегодной всероссийской выставки по кадровому менеджменту HRM Expo. На протяжении нескольких лет «ГТО» выступал в роли туристического партнера выставки, а в 2018 году – принял участие в качестве экспонента, благодаря чему сотрудники компании получили серьезный опыт в подготовке выставочного процесса, познакомились с профессионалами своего дела.

«ГлавТурОператор» принимает активное участие в социальных проектах, а именно является спонсором визитов в Санкт-Петербург ветеранов Полярных конвоев из Великобритании, США, Польши; регулярно проводит акции моральной поддержки детей в ПСПбГМУ им. ак. И.П. Павлова, НИИ детской онкологии, гематологии и трансплантологии имени Р.М. Горбачевой; выступает организатором конференций для

компании ESTRO, посвященной радиационной онкологии и современным методам лечения раковых заболеваний.

В компании работают только квалифицированные сотрудники, получившие высшее образование в сфере туризма и экономики. Генеральный директор и один из основателей компании – Алифанова Мария Павловна. Организационная структура фирмы – линейно-функциональная – представлена на рисунке 26.

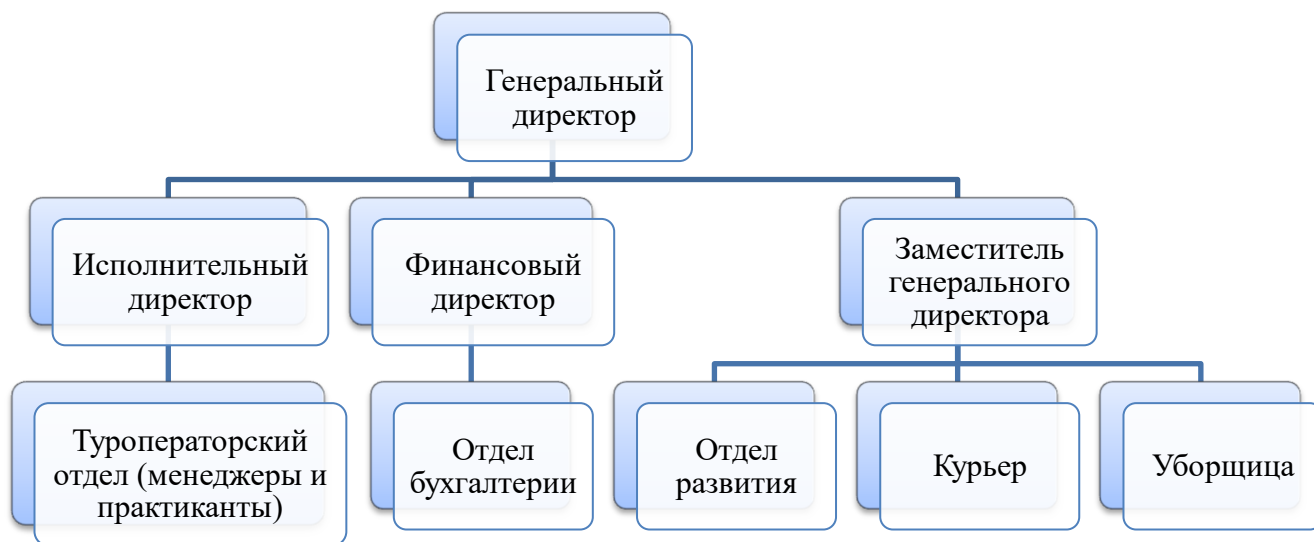


Рисунок 26. – Схема организационной структуры управления «ГТО» [составлен автором].

При подобной структуре организации руководитель компании (генеральный директор) управляет линейными руководителями, в подчинении которых находятся функциональные структуры. Линейные руководители помогают подчиненным своих подразделений в выполнении задач организации, координируют их деятельность. К преимуществам данной организационной структуры относятся более глубокая подготовка решений и планов (благодаря специализации работников), освобождение главного линейного менеджера от глубокого анализа проблем (сотрудники функциональных служб готовят данные и передают их линейному руководителю для принятия компетентного управленческого решения) [48]. Основным недостатком подобной структуры является недостаточно четкое распределение ответственности, так как линейный руководитель, принимающий решение, как правило, не участвует в его реализации [48]. Линейно-функциональная организационная система управления – наиболее распространенная

форма организации деятельности в туристской фирме со штатом сотрудников более 5 человек.

В «ГлавТурОператоре» штат сотрудников насчитывает 12 человек (см. таблицу 12). Генеральному директору подчиняются заместитель директора, исполнительный и финансовый директора. В свою очередь заместитель генерального директора руководит отделом развития, а также курьером и уборщицей. В подчинении финансового директора находится отдел бухгалтерии, представленный двумя сотрудниками. Исполнительный директор руководит туроператорским отделом, состоящим из менеджеров и практикантов (в «ГТО» регулярно проходят производственную либо преддипломную практику студенты различных вузов, некоторые из них остаются на дальнейшую подработку в течение года).

Таблица 12. – Штатное расписание «ГлавТурОператора» [составлена автором].

№ п/п	Должность сотрудника	Количество сотрудников	Средняя з/п в месяц, руб.	ФОТ в месяц, руб.	ФОТ в год, руб.
1	Генеральный директор	1	50000,00	65100,00	781200,00
2	Финансовый директор	1	45000,00	58590,00	703080,00
3	Исполнительный директор	1	40000,00	52080,00	624960,00
4	Заместитель ген.директора	1	40000,00	52080,00	624960,00
5	Менеджер туроператорского отдела	2	35000,00	91140,00	1093680,00
6	Практикант	1	20000,00	26040,00	312480,00
7	Главный бухгалтер	1	30000,00	39060,00	468720,00
8	Бухгалтер	1	25000,00	32550,00	390600,00
9	IT-специалист	1	25000,00	32550,00	390600,00
10	Курьер	1	10000,00	13020,00	156240,00
11	Уборщица	1	4000,00	5208,00	62496,00
	Итого:	12	324000,00	467418,00	5609016,00

«ГлавТурОператор» входит в группу компаний наряду с турфирмой «ГлобалТурОператор». При этом «ГлобалТурОператор» работает по упрощенной системе налогообложения, а «ГлавТурОператор» работает с НДС. С клиентами заключается два договора от двух компаний, что позволяет работать с различными клиентами и поставщиками вне зависимости от системы налогообложения.

В ходе данного исследования был проведен анализ бухгалтерского баланса фирмы (отчета о финансовом положении) за третий квартал 2018 года. Отчет представлен в Приложении 7. Далее рассмотрим результаты проведенного анализа.

В первую очередь, был проведен анализ финансовой устойчивости предприятия по типу сложившейся на нем финансовой ситуации с помощью расчета трех показателей оценки размеров имеющихся на предприятии источников средств формирования запасов и затрат. Так как у компании отсутствуют внеоборотные активы, все рассчитываемые показатели (наличие собственных оборотных средств для формирования запасов и затрат, наличие собственных и долгосрочных заемных средств для формирования запасов и затрат, общая величина основных источников формирования запасов и затрат) больше нуля (расчеты представлены в Приложении 8), что говорит об абсолютной финансовой устойчивости. Однако данная ситуация не может рассматриваться как идеальная, так как может означать, что руководство предприятия не умеет, не желает или не имеет возможности использовать источники средств для вложений в основные фонды.

По результатам коэффициентного анализа (Приложение 8) можно сделать следующие выводы:

- коэффициент автономии – все обязательства предприятия могут быть покрыты за счет его собственных средств;
- коэффициент соотношения заемных и собственных средств – оптимальный состав активов предприятия;
- коэффициент маневренности – собственный капитал, инвестированный в оборотные средства, занимает высокую долю в общей сумме собственного капитала, то есть высока доля мобильных активов (т.к. нет внеоборотных активов);
- коэффициент финансовой зависимости – собственный капитал в разы превышает заемный.

Согласно анализу ликвидности баланса компании (Приложение 9), предприятие полностью платежеспособно (абсолютная ликвидность баланса). Данный факт объясняется высокой долей ликвидных активов компании (денежные средства), отсутствие внеоборотных активов (трудно реализуемые активы), а также отсутствием кратко- и долгосрочных обязательств, низкой кредиторской задолженностью и достаточным количеством собственных средств.

Оценка коэффициентов абсолютной и быстрой ликвидности показала, что краткосрочные обязательства предприятия могут быть погашены за счет имеющейся денежной наличности, абсолютно ликвидных средств и дебиторской задолженности. Оборотные активы превышают краткосрочные обязательства более чем в два раза (коэффициент текущей ликвидности), что свидетельствует о нерациональном вложении собственных средств и неэффективном их использовании.

После проведения анализа доходов и расходов предприятия, было выявлено, что основные расходы составляют фонд оплаты труда, аренда офиса и коммунальные платежи, услуги банков, налоги, покупка и обслуживание оргтехники, реклама, а также оплата Интернета и телефонии.

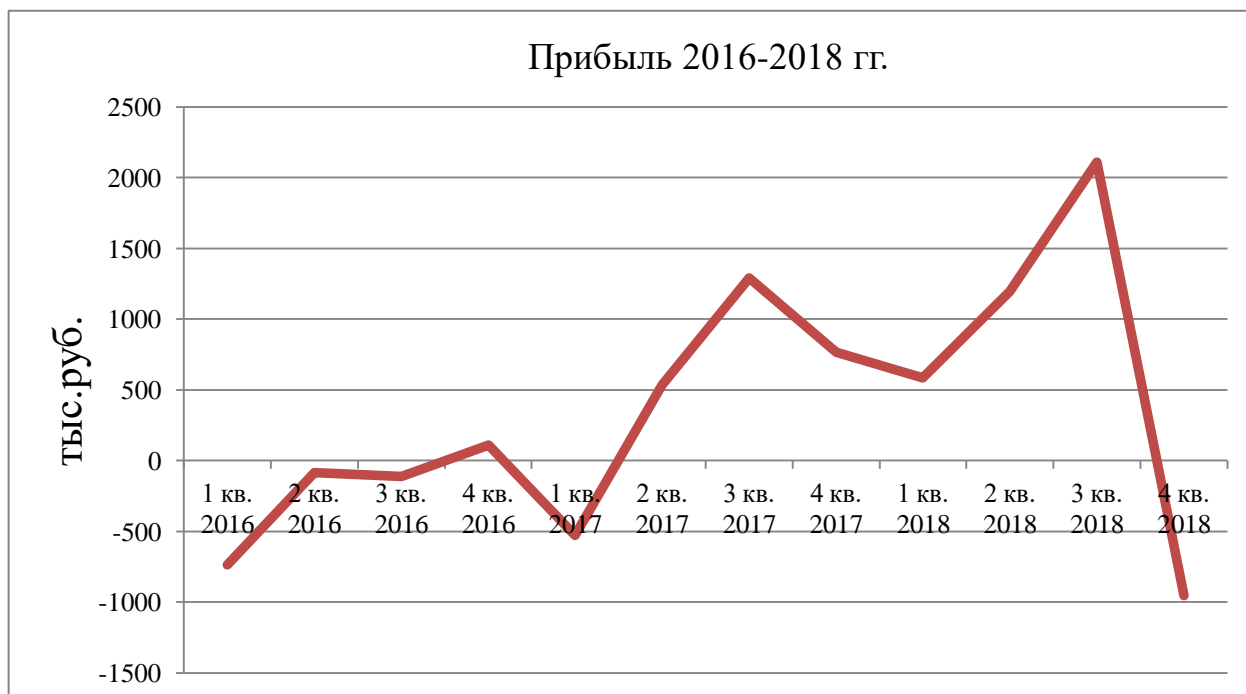


Рисунок 27. – Динамика прибыли «ГТО» поквартально за период 2016-2018 гг. [составлен автором].

Согласно данным, представленным на рисунке 27, прибыль компании «ГлавТурОператор» (при рассмотрении поквартально) нестабильна в период с 2016 по 2018 годы. Компании удалось преодолеть кризис 2016 – нач. 2017 года. Несмотря на небольшое снижение объема прибыли в конце 2017 года, в целом 2017 год можно назвать успешным для предприятия, так как общая годовая прибыль составила более 2 млн руб. В 2018 году прибыль компании стабильно росла. Значительный спад в конце года объясняется покупкой собственного офиса и полностью покрывается общей прибылью за год, которая превысила прибыль 2017 года.

Таким образом, компанию «ГлавТурОператор» можно считать финансово устойчивым и платежеспособным предприятием. Прибыль фирмы имеет тенденцию к росту, что позволит обеспечить внедрение новых мероприятий по развитию ее деятельности.

3.2. Анализ внешней и внутренней среды

Для того чтобы провести анализ внутренней и внешней среды компании, необходимо изучить поставщиков услуг, оценить деятельность фирм-конкурентов, проанализировать работу с клиентами и провести SWOT-анализ фирмы.

В виду того, что «ГлавТурОператор» работает в основном в сфере B2B услуг, основные его клиенты – другие фирмы и их сотрудники. В топ-10 компаний, приносящих наибольший доход «ГТО» (по данным за 2018 год), входят следующие фирмы:

- «Лидер Тим» – лидирующие позиции на рынках мерчендайзинга, аутсорсинга и независимой инвентаризации,
- группа компаний «Бек» – строительные фирмы,
- группа компаний «КОМТЭК» – строительство и ввод в эксплуатацию нефтедобывающих скважин,
- группа компаний «Штиль» – электробензосервис,
- «СЭМ» – строительная компания,
- «ЭМБ-ПАПСТ» – лидер мирового рынка электродвигателей и вентиляторов,
- ООО «Эверест Монтаж» – строительная компания,
- «Вид на Неву» – мини-отель («ГТО» предоставляет услуги управления отелем),
- Общероссийская общественная организация "Российская Федерация джиу-джитсу",
- группа компаний «Бразерс Инжиниринг» – строительная фирма.

В совокупности данные компании в 2018 году принесли «ГТО» доход в сумме более 7,8 млн руб., что составляет 75,7% от общего дохода фирмы. Отдельно необходимо выделить компании «British American Tobacco» и «Балтика», которые ежегодно заказывают организацию круглых столов на тему «Профилактика роста оборота и производства нелегальной подакцизной продукции» в различных регионах России.

Наибольший доход компания получает от бронирования проживания и оформления ж/д и авиабилетов. В таблице 17 представлен перечень основных поставщиков-партнеров фирмы. За оформление билетов «ГТО» взимает комиссию с клиентов согласно договору о комплексном корпоративном обслуживании; при бронировании номеров в отелях доход «ГТО» составляет агентская комиссия, предоставляемая поставщиком услуг.

Таблица 17. – Партнеры «ГлавТурОператора» [составлена автором].

Название организации	Вид предоставляемых услуг
Островок (b2b.Ostrovok.ru)	Онлайн-бронирование проживания
Академсервис (acase.ru)	Онлайн-бронирование проживания
Эй энд эй (A&A, agencycontrol.ru)	Онлайн-бронирование проживания
Две подушки	Апартаменты
РЖД (rzd.ru)	Оформление ж/д билетов онлайн
BSI (bsigroup.ru)	Партнер по проживанию, субагент по выписке групповых авиабилетов
Аэрофлот (aeroflot.ru)	Оформление авиабилетов онлайн
Aviareps (aviareps.com)	Оформление авиабилетов онлайн
Liberty страхование (liberty24.ru)	Страхование поездок по России и за рубежом
Линформ	Обслуживание кассы
Комус (komus.ru)	Товары для офиса
Качественное решение	Обслуживание оргтехники
Курьер Сервис Экспресс (cse.ru)	Курьерские услуги

«ГлавТурОператор» – неединственная фирма в Санкт-Петербурге, предоставляющая услуги делового туризма. Проведем сравнительный анализ конкурентов, выбранных по критерию специализации их деятельности: ООО «Индивидуальный туризм» (INTOURS), АО «Солеанс-сервис», ООО «Росси Тур СПб». Обратимся к таблице 18 (см. Приложение 10).

Согласно данным таблицы, график работы офисов турфирм имеет одно существенное отличие – в Intours и Солеанс-сервис по выходным ведется дежурство онлайн либо в режиме колл-центра. В «ГТО» такой функции нет, но, как правило, менеджеры клиентов доступны по личному телефону. Размер финансового обеспечения отличается только у компании «Солеанс-сервис» (10 млн вместо стандартных 500 тыс. руб.). Компания «ГТО» самая молодая из исследуемых (по Intours информация отсутствует) и находится дальше всех от центра города и от метро (офисы всех четырех фирм находятся в Санкт-Петербурге). По видам своей деятельности все четыре компании предоставляют схожий спектр услуг, только компания «Росси Тур СПб» не ставит деловой туризм приоритетным направлением своей деятельности. Основные отличия в деятельности исследуемых фирм наблюдаются при изучении продвижения услуг в Интернете. Все компании имеют профили в различных социальных сетях, но, как правило, активно занимаются только одним из них. В данном случае, конкурентное преимущество имеет «ГТО», так как занимается продвижением своей компании в одной наиболее

популярной на сегодняшний день социальной сети – Instagram. Все четыре компании имеют функционирующий сайт, наиболее приятный, современный и интуитивно понятный сайт имеют компании «Соленас-сервис» и «ГлавТурОператор». Внутреннее наполнение сайта у фирм схоже, но у каждой компании есть свои особенности: на сайте «ГТО» в разработке находится личный кабинет клиентов; на сайте Intours возможно онлайн бронирование билетов; «Солеанс-сервис» предлагает большое количество отзывов о своей деятельности и оплату услуг онлайн; «Росси Тур СПб» редко обновляет новости на сайте, зато предлагает информативные статьи, полезные туристам.

В таблице 19 присвоим каждому критерию количественное значение согласно следующим принципам:

- ответ «да» либо «нет» – 1 или 0 баллов соответственно;
- ответ на открытые вопросы – от 0 до 3 баллов;
- критерий «сайт» оценивается по шкале от 1 до 10 баллов.

Таблица 19. – Сравнительный анализ конкурентов компании «ГТО» с использованием количественных показателей [составлена автором на основе Приложения 10].

Турфирмы Критерий сравнения	Группа компаний «ГлавТурОператор»	ООО «Индивидуальный туризм» (INTOURS)	АО «Солеанс- сервис»	ООО «Росси Тур СПб»
График работы офиса	1	2	3	0
Адрес (близость к метро)	0	3	1	2
Финансовое обеспечение	1	1	3	1
Дата основания (продолжительность работы)	1	0	3	2
Приоритет делового туризма	1	1	1	0
Деловой туризм в России и за рубежом	1	1	1	1
Предложение инсентив-программ	1	1	1	1
Подбор экскурсионных программ	1	1	1	1
Работа с частными клиентами (подбор туров на отдых, горнолыжных туров и т.д.)	1	1	1	1

Содействие в оформлении виз	1	1	1	1
Содействие в оформлении страховки	1	1	1	1
Оформление билетов	1	1	1	1
Бронирование проживания	1	1	1	1
Сайт	9	5	10	6
Продвижение в социальных сетях	3	0	1	2
Итого:	24	20	30	21

Согласно таблице 19, компания «ГлавТурОператор» занимает второе место (после «Солеанс-сервис») среди своих конкурентов благодаря своему сайту и продвижению компании в Instagram.

На основе описанных исследований, был проведен SWOT-анализ фирмы. Обратимся к таблице 20.

Таблица 20. – SWOT-анализ деятельности компании «ГлавТурОператор» [составлена автором].

<div style="text-align: center;">Внешнее окружение</div> <div style="text-align: center;">Внутренняя среда</div>	Возможности: <ul style="list-style-type: none"> • привлечение новых клиентов; • увеличение объема продаж; • открытие нового офиса; • повышение узнаваемости бренда; • использование новых технологий в обслуживании клиентов; • повышение спроса на деловой туризм. 	Угрозы: <ul style="list-style-type: none"> • появление новых конкурентов; • неблагоприятные изменения курса валют; • экономический кризис; • снижение доходов населения; • ухудшение внешнеполитической ситуации; • ужесточение визового режима; • изменение потребностей потребителей.
	Сильные стороны: <ul style="list-style-type: none"> • опыт работы на рынке; • высококвалифицированный персонал; • образование, опыт и квалификация руководства; • продуманная организационная структура, четкое распределение обязанностей; • отсутствие сезонности спроса; • большой офис (кабинет для сотрудников, переговорная комната, небольшая кухня), 	<div>Поле сильных сторон и возможностей:</div> <ul style="list-style-type: none"> • рост прибыли предприятия; • выход на новые рынки; • расширение штата сотрудников; • увеличение количества лояльных клиентов. <div>Поле сильных сторон и угроз:</div> <ul style="list-style-type: none"> • способность руководства принимать компетентные управленческие решения в условиях экономического кризиса; • усиление позиции на рынке с высокой конкуренцией за счет репутации и надежных поставщиков.

современный и уютный интерьер; • хорошая репутация у клиентов; • надежные поставщики.		
Слабые стороны: • удаленность от центра города и метро; • работа офиса только в будние дни; • отсутствие специалистов по маркетингу; • слабо организованная рекламная кампания; • отсутствие четкого стратегического направления развития; • низкий охват потенциальной аудитории.	Поле слабых сторон и возможностей: • открытие филиала в центре города; • создание круглосуточного call-центра; • аутсорсинг специалистов по маркетингу.	Поле слабых сторон и угроз: • низкий охват аудитории и отсутствие стратегии развития снижает конкурентоспособность предприятия; • отсутствие гибкости деятельности предприятия в ухудшающихся условиях внешней среды.

Таким образом, компания «ГлавТурОператор» имеет достаточное количество сильных сторон для преодоления угроз внешней среды, а открывающиеся возможности способствуют усилению роли компании на рынке. При этом компании необходимо обратить внимание на слабые стороны своей деятельности, так как в неблагоприятных условиях внешней среды существует вероятность потери имеющихся позиций на рынке и возникновения финансового кризиса предприятия.

3.3. Анализ деятельности в сфере MICE-туризма

Приоритетным направлением деятельности компании «ГлавТурОператор» является предоставление полного комплекса услуг в сфере делового туризма, включая организацию командировок и MICE-мероприятий. Согласно рисунку 26, наибольшую долю доходов компании составляют доходы от бронирования проживания и оформления ж/д и авиабилетов (67,8% от общего дохода). Данные услуги в большей степени относятся к организации командировок по всей России для клиентов фирмы. Организация MICE-мероприятий в «ГлавТурОператоре» включает конференции, выставки, семинары, форумы, а также корпоративный отдых. Согласно рисунку 28, доля MICE-мероприятий в деятельности «ГлавТурОператора» незначительна и составляет всего 6% от общего дохода фирмы.

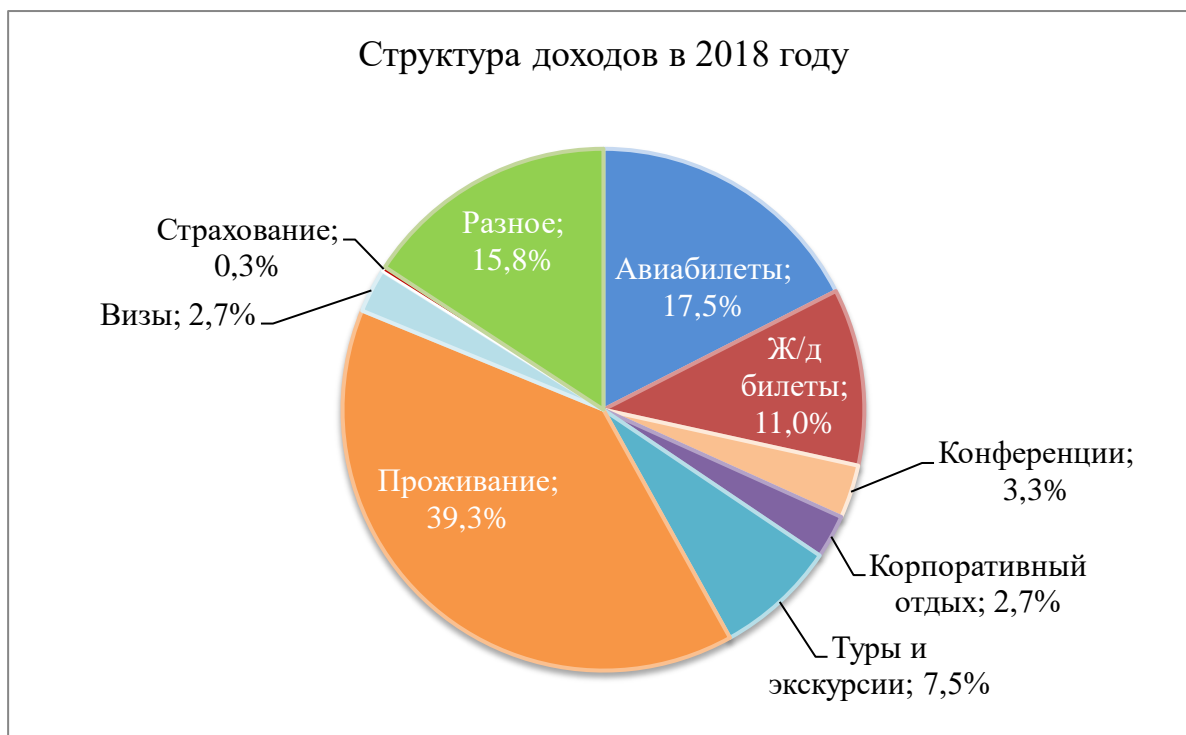


Рисунок 28. – Распределение доходов «ГлавТурОператора» по видам предоставляемых услуг [составлен автором].

Основными заказчиками MICE-мероприятий являются такие клиенты компании, как «ЭБМ-ПАПСТ», «Штиль» и «КОМТЭК». Для указанных компаний «ГлавТурОператор» организует семинары и конференции, совмещенные с экскурсионной и развлекательной программой, а также поощрительные туры для сотрудников. Компания ЗАО «Энергия» ежегодно заказывает однодневные корпоративные новогодние мероприятия для своих сотрудников в количестве 100 человек (экскурсии в Санкт-Петербурге, туры по Ленинградской области, в Карелию, Нижний Новгород и другие дестинации), которые включают командообразующие игры, квесты, мастер-классы и т.п.

Рассмотрим возможные причины маленькой доли MICE-мероприятий в структуре деятельности компании «ГлавТурОператор». Во-первых, в организационной структуре компании отсутствуют сотрудники, специализирующиеся на организации MICE-туров. Данным направлением занимаются несколько сотрудников фирмы, включая генерального директора, которые совмещают организацию MICE-мероприятий с основными функциями своей деятельности. Подобная организация работы приводит к недостатку четкого распорядительства и распределения обязанностей и ответственности, а также к нехватке рабочего времени и ресурсов сотрудников на выполнение всех задач.

Во-вторых, незначительная доля MICE-мероприятий в структуре деятельности компании «ГлавТурОператор» пропорциональна низкому спросу на MICE-туры среди

клиентов фирмы, так как они заинтересованы больше в организации командировок, нежели в MICE-мероприятиях. Низкий охват целевой аудитории не позволяет расширить данное направление деятельности.

В-третьих, играет весомую роль недостаток рекламы компании в целом и направления MICE-туризма в частности. Для продвижения своей деятельности компания использует только свой сайт и профиль в Instagram. «ГлавТурОператор» не занимается разработкой программ привлечения и удержания клиентов в виду отсутствия в штате специалистов по маркетингу.

Таким образом, можно сделать следующие выводы: компания «ГлавТурОператор» на сегодняшний день является финансово устойчивым и платежеспособным предприятием, прибыль которого имеет тенденцию к росту, что позволяет использовать имеющиеся перспективы развития. При этом в деятельности компании существует ряд проблем, решение которых будет способствовать расширению клиентской базы, повышению доли MICE-туризма в структуре деятельности фирмы и увеличению прибыли предприятия, что в совокупности позволит повысить эффективность деятельности «ГлавТурОператора» и укрепит его позиции на рынке в сфере туризма.

Глава 4. Перспективы развития MICE в Республике Алтай

4.1. Рекомендации по развитию и оценка их эффективности

В предыдущей главе были выделены основные проблемы развития направления MICE-туризма в сфере деятельности компании «ГлавТурОператор». Ключевыми факторами, препятствующими развитию данного направления, являются отсутствие сотрудников, специализирующихся на организации MICE-мероприятий, и слабая маркетинговая политика. Для решения обозначенных проблем существует несколько перспектив. Далее рассмотрим каждую из них и оценим их экономическую эффективность.

Перспектива 1. Расширение штата сотрудников.

Данную перспективу можно рассматривать с двух точек зрения, а именно:

- а) наем сотрудника для организации MICE-мероприятий;
- б) аутсорсинг специалиста по маркетингу.

Появление менеджера, специализирующегося на организации MICE-мероприятий, способствует более четкому распределению обязанностей среди работников. Сотрудники, которые на сегодняшний день совмещают организацию MICE-туров со своими прямыми обязанностями, смогут более эффективно выполнять свою работу, не занимаясь одновременно несколькими направлениями деятельности. В то же время менеджер по организации MICE, специализируясь на своих проектах, обеспечит увеличение доли MICE-мероприятий в структуре деятельности компании. В обязанности менеджера по организации MICE входит ведение всех проектов, включая конференции, форумы, выставки, семинары и инсентив-туры, от поиска клиентов либо поступления заявки до подведения итогов и анализа реализованного мероприятия. Первостепенной задачей ставится наем одного сотрудника для всех MICE-мероприятий, который постепенно примет на себя все должностные обязанности, освободив сотрудников, специализирующихся на других направлениях деятельности.

Необходимость специалиста по маркетингу обусловлена проблемой низкого уровня продвижения деятельности компании на рынке, а также низким уровнем узнаваемости туроператора. Передав в ведение маркетолога такие задачи, как создание программ привлечения и удержания клиентов, мониторинг рынка, проведение маркетинговых исследований, SMM-маркетинг (ведение социальных сетей компании), руководство компании получит эффективную систему продвижения своей деятельности, сможет расширить свою целевую аудиторию и клиентскую базу, повысит лояльность клиентов. Все вышесказанное способствует гибкости деятельности компании и увеличению ее

конкурентоспособности. На сегодняшний день существует множество компаний, предлагающих услуги как одного специалиста по маркетингу, так и целого отдела на условиях аутсорсинга, т.е. передачи всего комплекса работ в области маркетинга и рекламы или только части функций внешнему исполнителю на абонентской основе. Подобный вариант является наиболее выгодным для компании, так как затраты на аутсорсинг маркетолога будут ниже, чем при найме специалиста в штат. При этом компании, предлагающие услуги маркетингового и рекламного аутсорсинга, обеспечивают профессионализм сотрудников и качество предоставляемых услуг.

Перспектива 2. Создание и продвижение инсентив-туров.

В связи с небольшими масштабами компании необходимо предложение таких рекомендаций по развитию MICE-туризма, реализация которых не требует высокого уровня затрат. Одним из подобных мероприятий может выступать создание и продвижение инсентив-туров как одного из направлений MICE-туризма. Наиболее экономичными способами продвижения турпродукта являются:

- прямая рассылка информации на электронную почту клиентов;
- обзвон потенциальных клиентов;
- создание сувенирной продукции с элементами фирменного стиля (ручки, блокноты, календари, значки и т.д.) в качестве подарков за участие в туре;
- оказание особого внимания постоянным клиентам путем размещения по программе тура в комфортных номерах престижных отелей;
- создание каталогов и брошюр;
- продвижение на сайте компании и в социальных сетях.

Рассылка информации и обзвон клиентов входят в обязанности менеджеров, т.е. затраты на данные мероприятия включены в заработную плату сотрудников. Ориентировочный расчет стоимости сувенирной продукции и каталогов представлен в таблице 21.

Таблица 21. – Расчет стоимости сувенирной и информационной продукции [составлена автором].

Наименование продукции	Количество, шт.	Цена, руб.	Стоимость, руб.
Каталоги (А6, 30 листов)	10	500,00	5000,00
Ручки	100	40,00	4000,00
Блокноты (А5, 40 листов)	50	50,00	2500,00
Итого:			11500,00

Для продвижения турпродукта в Интернете необходимо создание веб-страниц, посвященных инсентив-турам, и их интеграция с имеющимся сайтом компании. Обслуживание сайта и ведение социальных сетей также входит в обязанности сотрудников компании и не влечет за собой новых затрат. После внедрения новых страниц сайта необходимо провести анализ воронки продаж: какое количество потенциальных клиентов проходит все стадии от «холодного контакта» до «покупки» (см. рисунок 29). С помощью данного анализа рассчитывается эффективность работы сайта. В рамках данной работы на бесплатной платформе wix.com был разработан пример сайта для продвижения инсентив-туров. Режим доступа к сайту: <https://glavtouroperator.wixsite.com/incentivetours>. Наглядные материалы сайта представлены в Приложении 11.



Рисунок 29. – Воронка продаж [53].

Исходя из вышесказанного, наиболее затратными являются мероприятия, сопряженные с наймом новых сотрудников. Приведем обоснование экономической эффективности данных мероприятий. Средняя заработная плата сотрудников турфирмы «ГлавТурОператор» составляет 30 тыс. руб./месяц. Затраты на оплату труда одного сотрудника с учетом всех налоговых отчислений составят 468 720 тыс. руб./год. Согласно данным компании «ГТО» прирост выручки в 2017 году составил 22,5% (с учетом роста инфляции на 2,5% по данным [54]). В 2018 году в штат компании «ГлавТурОператор» был принят один новый сотрудник, при этом прирост выручки компании составил 33,3% (с учетом инфляции 4%). Предполагая равномерные темпы роста выручки, увеличение выручки на дополнительные 10,8% связано с появлением в штате нового менеджера по продажам. При прочих равных условиях, наем еще одного сотрудника повысит выручку компании более чем на 10%, что в денежном эквиваленте составит порядка 1 млн. руб./год. Часть средств необходимо инвестировать в разработку маркетинговой стратегии и рекламной политики компании.

В связи с развитием информационных систем все большую популярность приобретают онлайн-выставки и реклама на различных платформах в сети Интернет. Участие туроператорской компании в онлайн-выставках в сфере b2b в качестве экспонента оценивается в пределах от 49 до 250 тыс. руб. Минимальный пакет услуг, как правило, включает в себя 1 час онлайн-презентации, малый стенд экспонента на главной странице выставки, размещение информации о компании на сайте портала, возможность размещения PDF-каталогов для скачивания, форму обратной связи с ведущим презентации в режиме онлайн, размещение фотографий, видео, контактов компании. Главным преимуществом участия в онлайн-выставке является предоставление участнику базы бизнес-контактов слушателей онлайн-презентации экспонента по итогам выставки. Благодаря данной услуге, туроператорская фирма сможет не только расширить свою клиентскую базу, но и увеличить количество лояльных клиентов.

Все предложенные рекомендации по развитию разработаны на основе деятельности туроператорской фирмы в соответствии с поставленной целью выпускной квалификационной работы. Кратко охарактеризуем перспективы развития MICE-туризма в Республике Алтай безотносительно деятельности предприятия.

В первую очередь, необходимо усовершенствование нормативной и терминологической базы делового туризма и MICE-туризма на федеральном и региональном уровнях. Внедрение стандартов индустрии делового туризма в целом способствует более четкому распределению обязанностей и ответственности участников указанной сферы деятельности.

Для Республики Алтай основные задачи по развитию MICE-туризма представлены усовершенствованием туристской инфраструктуры региона, включая строительство современных отелей, располагающих необходимыми условиями для проведения деловых мероприятий, расширением охвата аудитории (повышение доли туристов из европейской части страны и иностранных граждан в общем турпотоке в Республику Алтай) и продвижением бренда дестинации на внутреннем и зарубежном рынках. Для формирования образа Республики Алтай как лучшей дестинации СФО в качестве направления инсентив-туризма считается необходимым проведение широкой рекламной и PR-кампании, что требует широких инвестиций в развитие туризма в регионе.

Далее рассмотрим процесс разработки инсентив-тура для Республики Алтай.

4.2. Разработка инсентив-тура

В качестве мероприятия по развитию MICE-туризма в Республике Алтай предлагается создание инсентив-тура для клиентов компании «ГлавТурОператор».

До начала разработки тура был проведен опрос клиентов компании «ГлавТурОператор»: опрос руководства компаний, которое отвечает за выбор корпоративных мероприятий и инсентив-туров, и опрос сотрудников компаний (40 человек, 55% - мужчины, 45% - женщины) с целью выяснения их предпочтений в отдыхе. Анкеты были отправлены в несколько филиалов разных компаний (см. рисунок 30). Далее рассмотрим результаты проведенного анкетирования.

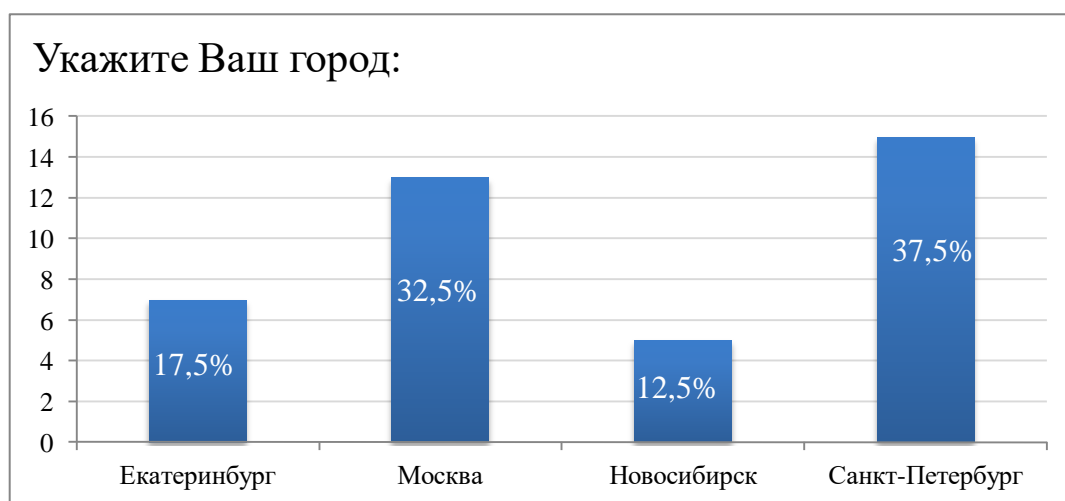


Рисунок 30. – География респондентов опроса [составлен с помощью Google Форм].

Возрастная категория участников опроса варьируется от 18 до 65 лет, наибольшую долю занимают участники в возрасте 36-45 лет (см. рисунок 31).

Ваша возрастная категория:

40 ответов

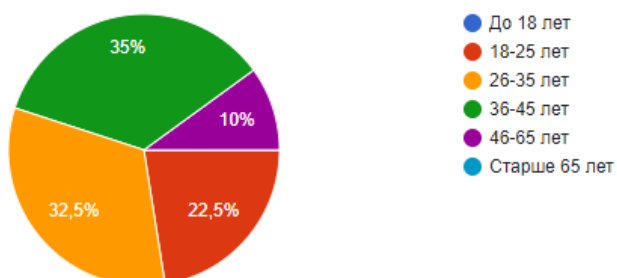


Рисунок 31. – Возрастная категория участников опроса [составлен с помощью Google Форм].

Из 40 респондентов 77,5% ответили, что в их компании организуются корпоративные выезды сотрудников за пределы города. При этом 35% участников отметили, что продолжительность подобных выездов составляет 4-7 дней, 22,5% - 2-3 дня. Наглядно данные показатели представлены на рисунке 32. Около 60% участников опроса отмечают, что все корпоративные мероприятия, включая поездки за пределы города, оплачиваются за счет фирмы, в то время как 35% участников утверждают, что половину стоимости мероприятия оплачивают сами сотрудники.

Укажите продолжительность корпоративных выездов сотрудников за пределы города:

40 ответов

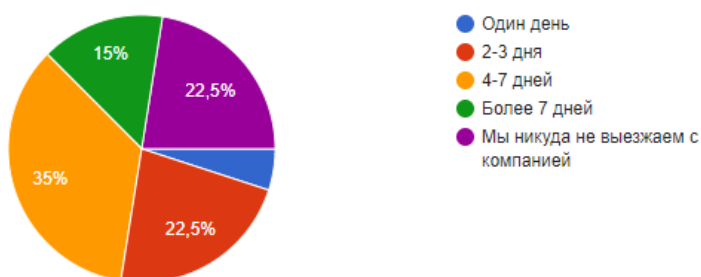


Рисунок 32. – Продолжительность корпоративных выездов сотрудников [составлен с помощью Google Форм].

Согласно результатам опроса, 50% сотрудников компаний принимают участие в подобных мероприятиях только в том случае, если они полностью оплачиваются за счет фирмы; 42,5% - принимают участие в любом случае; 7,5% опрошенных не заинтересованы в корпоративных мероприятиях.

Как Вы относитесь к командообразующим мероприятиям (квесты, командные игры и т.д.)?

40 ответов

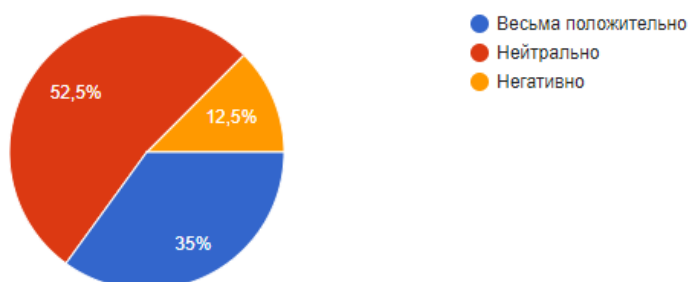


Рисунок 33. – Интерес к командообразующим мероприятиям [составлен с помощью Google Форм].

Согласно данным рисунка 33, только 12,5% опрошенных категорически против участия в таких мероприятиях, как командные игры, квесты и т.п. При этом 72,5% участников опроса (см. рисунок 34) предпочитают активный отдых (конные прогулки, рафтинг, катание на квадроциклах, снегоходах и т.п.).

Любите ли Вы активный отдых (конные прогулки, рафтинг, катание на квадроциклах, снегоходах и т.п.)?

40 ответов



Рисунок 34. – Интерес к активному отдыху [составлен с помощью Google Форм].

На рисунке 35 представлено распределение предпочтений участников опроса относительно условий проживания. Большая часть сотрудников компаний предпочитает исключительно комфортное размещение. Поровну распределилось количество человек, готовых остановиться на ночлег в палатках (только в теплое время года) и в домиках без удобств.

Выезжая на природу, готовы ли Вы ночевать в палатках?

40 ответов



Рисунок 35. – Условия проживания [составлен с помощью Google Форм].

Более половины опрошенных ни разу не бывали в Республике Алтай (см. рисунок 36). 12,5% респондентов посещали Республику Алтай неоднократно (преимущественно

жители Новосибирска). При этом 87,5% опрошенных хотели бы посетить Республику Алтай.

Бывали ли Вы в Республике Алтай?

40 ответов

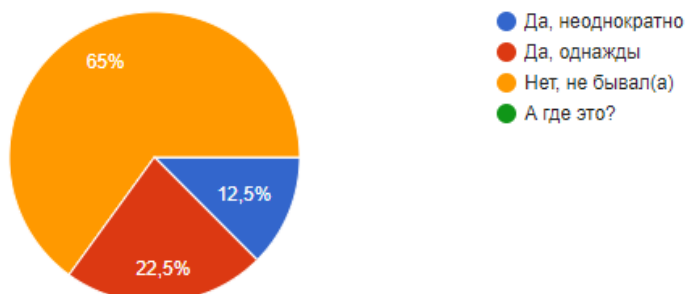


Рисунок 36. – Статистика посещения Республики Алтай [составлен с помощью Google Форм].

Только 20% респондентов выразили готовность самостоятельно оплатить билеты до Горно-Алтайска вне зависимости от условий тура, если работодатель предложит отправиться в бесплатное путешествие на Алтай (см. рисунок 37). При этом 35% опрошенных согласятся только в том случае, если стоимость билетов не будет превышать 30 тыс. руб., а 10% участников откажутся от подобного предложения. Для остальных опрошенных при принятии подобного решения имеет значение условия и продолжительность тура.

Если компания, в которой Вы работаете, предложит Вам бесплатно поехать в тур на Алтай при условии, что Вы оплатите стоимость билетов, как Вы отреагируете?

40 ответов

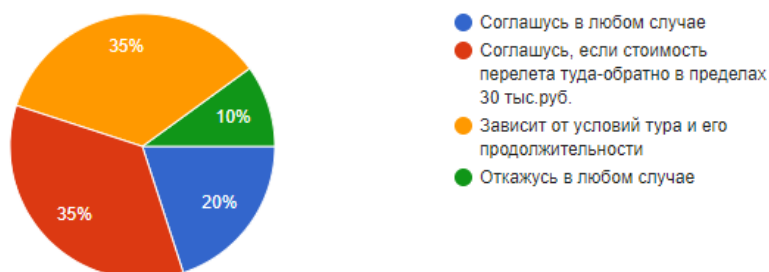


Рисунок 37. – Готовность участников опроса оплатить билеты на Алтай за свой счет [составлен с помощью Google Форм].

Заключительный вопрос в анкете имеет отношение к среднемесячному доходу сотрудников компаний. Согласно рисунку 38, уровень доходов варьируется от 20 до 200 тыс. руб./месяц, что объясняется разной географией, возрастом и должностью сотрудников. Наибольшую долю (40%) занимают сотрудники со среднемесячной зарплатой в диапазоне от 40 до 60 тыс.руб. Доход в размере 20-40 тыс.руб./месяц получает 17,5% участников опроса, равно как и доход в размере 800-100 тыс.руб./месяц.

Укажите уровень Вашего дохода:

40 ответов

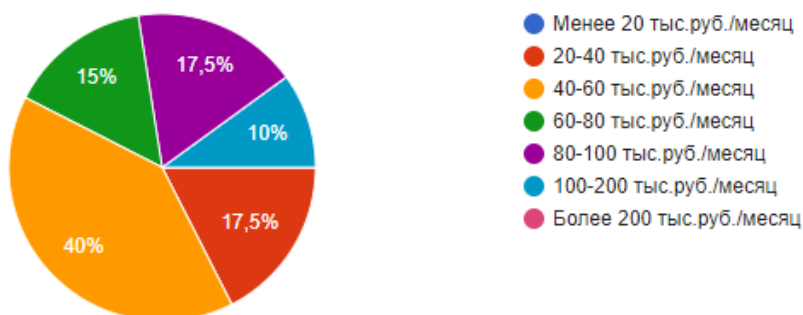


Рисунок 38. – Среднемесячный доход участников опроса [составлен с помощью Google Форм].

Как уже было сказано, вторая часть опроса проводилась среди руководящих сотрудников компании-клиентов «ГлавТурОператора», которые имеют непосредственное отношение к принятию решения об организации корпоративных мероприятий и инсентив-туров. По результатам опроса было выяснено, что наибольшую долю среди клиентов «ГТО» занимают компании со штатом 10-20 человек (40% опрошенных выбрали данный вариант ответа) и со штатом 50-100 человек (30% опрошенных выбрали данный вариант ответа). Данное распределение объясняется географией и масштабами филиалов компаний.

Согласно рисунку 39, 30% опрошенных компаний организуют различные корпоративные мероприятия для сотрудников хотя бы раз в год, при этом половина опрошенных отмечает, что подобные мероприятия проводятся в их компании раз в несколько месяцев.

Проводятся ли в Вашей компании корпоративные мероприятия?

10 ответов

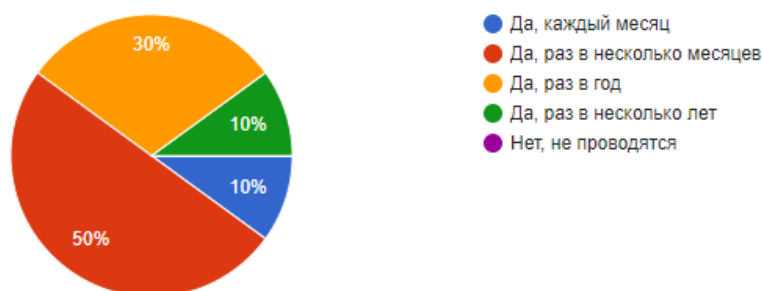


Рисунок 39. – Частота проведения корпоративных мероприятий [составлен с помощью Google Форм].

Около 70% руководящего состава компаний утверждают, что организуют поощрительные поездки для своих сотрудников. При этом 40% респондентов готовы оплатить тур на 7 дней в размере 50-100 тыс. руб. (без учета стоимости билетов до дестинации). Чуть меньшее количество опрошенных готовы потратить 20-50 тыс. руб. на организацию поощрительного тура для своих сотрудников (см. рисунок 40). Среднее количество сотрудников для инсентив-туров составляет 7-10 человек.

В пределах какой суммы на одного человека Вы готовы оплатить тур на 7 дней для своих сотрудников (без учета стоимости билетов)?

10 ответов

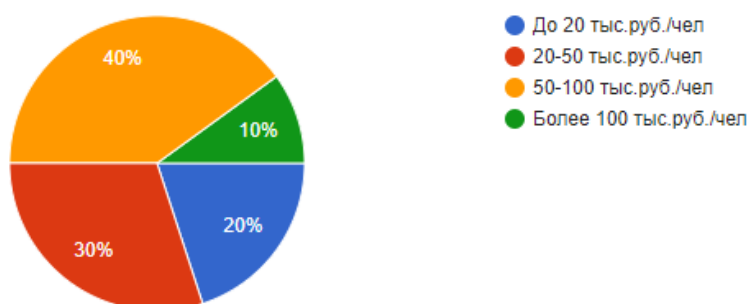


Рисунок 40. – Стоимость 7-дневного тура на одного сотрудника [составлен с помощью Google Форм].

Согласно рисунку 41, за выбранную стоимость тура респонденты ожидают максимально комфортные услуги (30%) и высокий уровень комфорта (40%).

Какой уровень комфорта Вы ожидаете за выбранную стоимость услуг?

10 ответов



Рисунок 41. – Ожидаемый уровень комфорта [составлен с помощью Google Форм].

По результатам проведенных исследований можно сделать следующие выводы:

- тур на Алтай интересен большинству клиентов компании «ГлавТурОператор»;
- средняя продолжительность тура не должна превышать 7 дней;
- сотрудники компаний-клиентов положительно относятся к командным играм и квестам;
- условия проживания во время путешествия должны быть комфортными;
- тур должен включать в себя большой выбор дополнительных услуг, в том числе VIP-услуги;
- стоимость тура без учета билетов должна быть в пределах 100 тыс. руб.

Далее рассмотрим разработку инсентив-тура на основе полученных результатов.

Разработка инсентив-тура подразумевает создание корпоративного предложения, которое включает в себя несколько вариантов тура в зависимости от вида инсентив-мероприятий, места отдыха и средств размещения, продолжительности тура, количества участников и бюджета заказчика. В рамках данной работы предлагается создание комбинированного инсентив-тура, удовлетворяющего потребность в поощрении сотрудников, их мотивации и организации (тимбилдинг). Далее рассмотрим варианты инсентив-тура в Республику Алтай, центральная часть которых представлена отдыхом на Мультиинских озёрах.

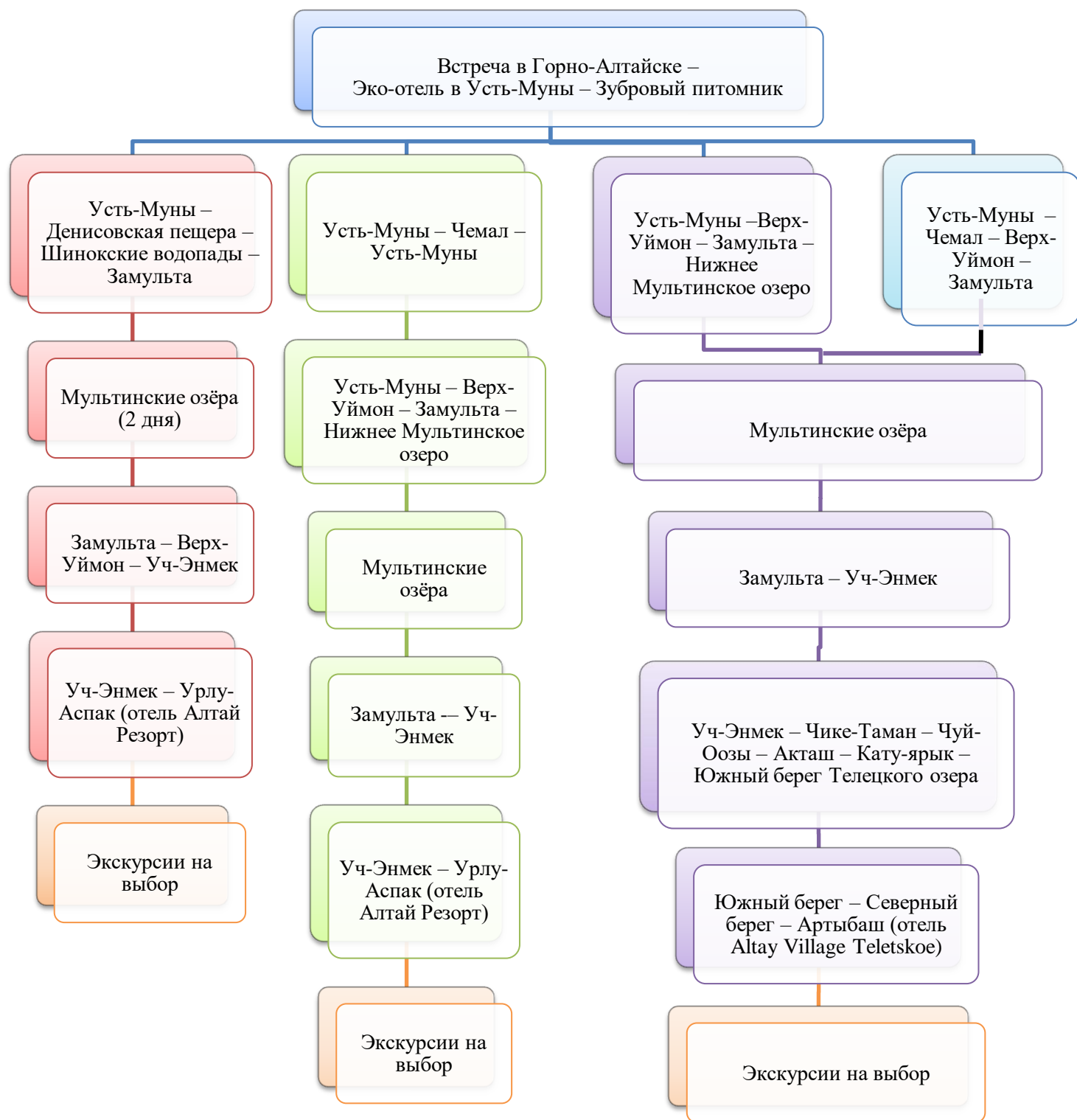


Рисунок 42. – Варианты маршрута для инсентив-тура [составлен автором].

На рисунке 42 представлено 4 варианта инсентив-тура. Первый день – общий для всех программ – включает в себя встречу группы в аэропорту города Горно-Алтайска, размещение в эко-отеле «Алтика» в с. Усть-Муны (53 км от Горно-Алтайска) и радиальный выезд в с. Черга с посещением Зубрового питомника. Далее выбирается отель, в котором группа будет проживать после посещения Мультиинских озёр. На выбор

предлагается два отеля 5* в Республике Алтай: Алтай Резорт в с. Урлу-Аспак (40 км от Горно-Алтайска) и Altay Village на берегу Телецкого озера в п. Артыбаш (157 км от Горно-Алтайска). Выбор тура зависит от желания туристов посетить Чемал либо провести больше времени на Мультинских озёрах. Схематично выбор тура представлен в виде блок-схемы на рисунке 43.

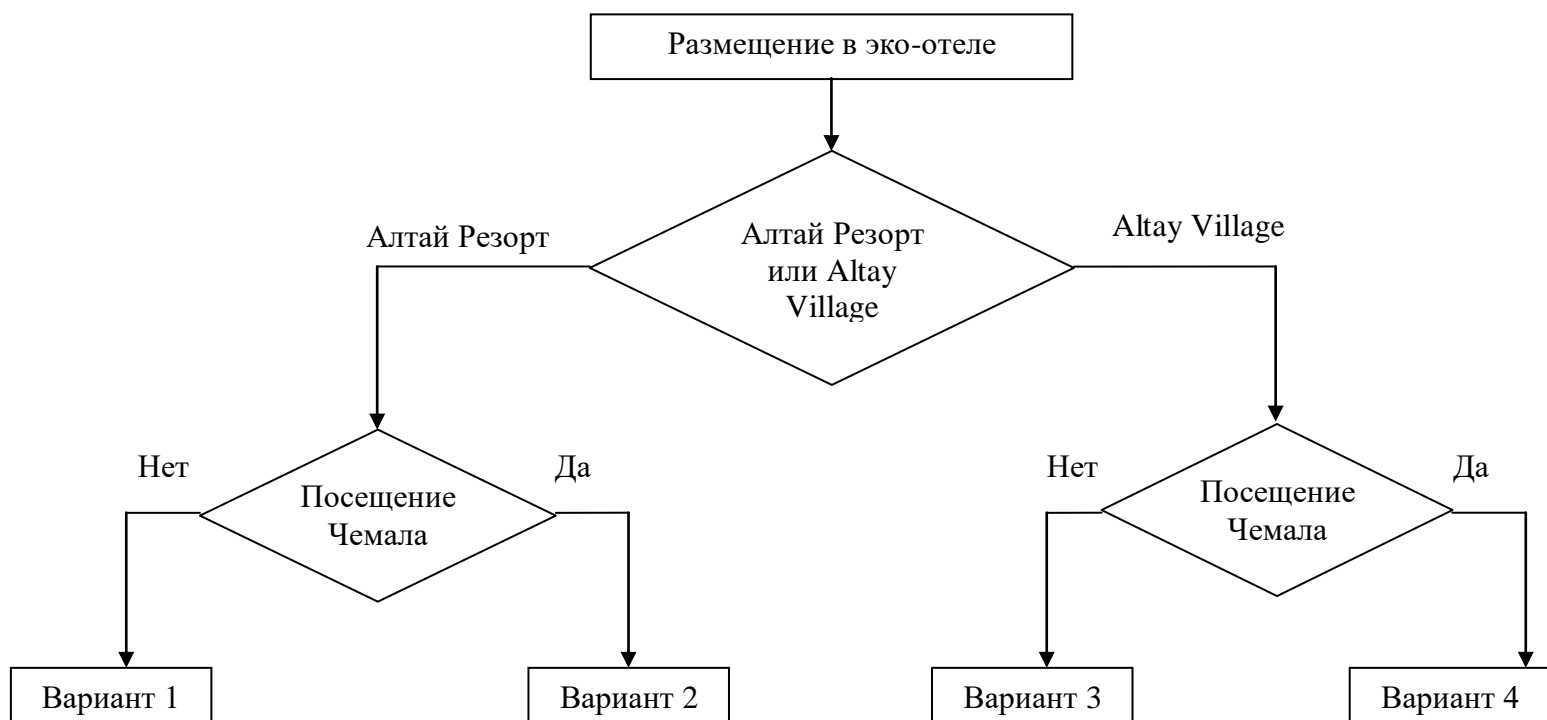


Рисунок 43. – Блок-схема выбора варианта тура [составлен автором].

Все варианты тура рассчитаны на 8 дней / 7 ночей (возвращение в аэропорт рано утром 8-го дня). Разработанный инсентив-тур, в первую очередь, является поощрительным, так как основная идея – отдых на Алтае, комфортное проживание, широкий выбор дополнительных услуг. К организационной стороне мероприятия (тимбилдинг) относится проведение квеста на Мультинских озерах, а также дополнительные варианты отдыха (рафтинг, рыбалка и т.д.). Проведение семинаров, мастер-классов и подобных мероприятий не включено в программу, но может рассматриваться как одна из дополнительных услуг, так как предложенные варианты отелей располагают необходимой инфраструктурой для проведения деловых мероприятий.

Подробное описание программы каждого тура представлено в последующих таблицах.

Таблица 22. – Вариант 1. Размещением в отеле «Алтай Резорт», 2 дня на Мультиинских озёрах [составлена автором].

№ дня	Продолжительн.	Маршрут	Краткое описание дня
1	5 часов	Горно-Алтайск – Усть-Муны (Р-256, 53 км) – Зубровый питомник в Черге (Р-256, 27 км) – Усть-Муны (Р-256, 27 км). Всего: 107 км.	Встреча в г. Горно-Алтайске, переезд в Усть-Муны, размещение в эко-отеле «Алтика». Завтрак в ресторане отеля. Отдых после перелета. Посещение Зубрового питомника в Черге. Возвращение в отель. Обед и ужин в ресторане отеля à la carte (оплачивается самостоятельно).
2	11 часов	Усть-Муны – Денисовская пещера (Р-369, 132 км) – Шинокские водопады (16 км) – Замульта (Р-373, 210 км). Всего: 358 км.	Завтрак в отеле. Выезд из отеля. Посещение Денисовской пещеры и Шинокских водопадов (5 км пешком до первого впа). Обед на турстоянке на р. Шинок (сух.пак). Переезд в п. Замульта. Размещение в туркомплексе «Мультиинские озёра». Ужин в кафе на турбазе (оплачивается самостоятельно). Посещение мараловодческого хозяйства.
3	11 часов	Замульта – Нижнее Мультиинское озеро (18 км) – Среднее озеро (6 км) – Верхнее озеро (12 км) – турбаза на Нижнем озере (18 км). Всего: 54 км.	Завтрак в туркомплексе. «Заброска» на Нижнее Мультиинское озеро на внедорожниках. Пеший переход на Среднее озеро. Обед (сух.пак). Радиальный выход на Верхнее озеро (Катунский заповедник). Квест (2 часа). Возвращение на Нижнее озеро, размещение на базе туркомплекса «Мультиинские озёра». Ужин.
4	Весь день	Радиальный выход на оз. Поперечное (13 км) либо на оз. Крепкое (12 км). Всего: 26 либо 24 км.	По желанию участников тура возможно продолжение квеста, при котором одна команда с проводником отправляется на оз. Поперечное, вторая – на оз. Крепкое. Питание полностью включено в стоимость (завтрак и ужин на турбазе, обед на берегу озера).
5	9 часов	Нижнее озеро – Замульта (18 км) – Верх-Уймон (25 км) – Усть-Кокса (15 км) – Уч-Энмек (Р-373, Р-256, 240 км). Всего: 298 км.	Завтрак на турбазе. Возвращение в п. Замульта. Переезд в Верх-Уймон. Посещение музея на выбор (музей Н.К.Рериха или музей Старообрядчества). Обед в кафе в Усть-Коксе (оплачивается самостоятельно). Переезд в Уч-Энмек, размещение на турбазе (в гостинице либо в национальных аилах). Национальный ужин на территории турбазы.
6	8 часов	Уч-Энмек – Семинский перевал (Р-256, 35 км) – Урлу-Аспак (Р-256, 188 км). Всего: 223 км.	Завтрак на турбазе. Экскурсия в этно-природном парке Уч-Энмек по священной Каракольской долине. Обед на турбазе. Дорога в Урлу-Аспак с остановкой на Семинском перевале (покупка сувениров). Размещение в отеле «алтай Резорт» в Урлу-Аспак. Ужин в ресторане отеля à la carte (оплачивается самостоятельно).
7	Весь день	Урлу-Аспак	Завтрак в отеле. День отдыха. Экскурсии на выбор. Обед и ужин в ресторане отеля à la carte (оплачивается самостоятельно).
8	1 час	Урлу-Аспак – Горно-Алтайск (Всего: 40 км)	Завтрак в отеле. Вылет из аэропорта в г. Горно-Алтайске.

Таблица 23. – Вариант 2. Размещением в отеле «Алтай Резорт», посещение Чемала
[составлена автором].

№ дня	Продол- жительн.	Маршрут	Краткое описание дня
1	5 часов	Горно-Алтайск – Усть-Муны (Р-256, 53 км) – Зубровый питомник в Черге (Р-256, 27 км) – Усть-Муны (Р-256, 27 км). Всего: 107 км.	Встреча в г. Горно-Алтайске, переезд в Усть-Муны, размещение в эко-отеле «Алтика». Завтрак в ресторане отеля. Отдых после перелета. Посещение Зубрового питомника в Черге. Возвращение в отель. Обед и ужин в ресторане отеля à la carte (оплачивается самостоятельно).
2	Весь день	Усть-Муны – Чемал (49 км) – Усть-Муны (49 км). Всего: 98 км.	Завтрак в отеле. Радиальный выезд в Чемал. Отдых в Чемале (3 часа). Обед в Чемале (оплачивается самостоятельно). Возвращение в отель. Ужин в ресторане отеля à la carte (оплачивается самостоятельно).
3	9 часов	Усть-Муны – Усть-Кокса (Р-373, 272 км) – Верх-Уймон (Р-373, 15 км) – Замульта (18 км) – Нижнее Мультинское озеро (18 км). Всего: 323 км.	Завтрак в отеле. Переезд в Усть-Коксу. Обед в кафе в Усть-Коксе (оплачивается самостоятельно). Переезд в Верх-Уймон. Посещение музея на выбор (музей Н.К.Рериха или музей Старообрядчества). Переезд в п. Замульта. Посещение мараловодческого хозяйства. «Заброска» на Нижнее Мультинское озеро на внедорожниках. Размещение в туркомплексе «Мультинские озёра». Ужин на турбазе..
4	Весь день	Нижнее Мультинское озеро – Среднее озеро (6 км) – Верхнее озеро (12 км) – Нижнее озеро (18 км). Всего: 36 км.	Завтрак в туркомплексе. Пеший переход на Среднее озеро. Радиальный выход на Верхнее озеро (Катунский заповедник). Квест (2 часа). Обед (сух.паек). Возвращение на Нижнее озеро. Ужин на турбазе.
5	10 часов	Нижнее озеро – Замульта (18 км) – Уч-Энмек (Р-373, Р-256, 280 км). Всего: 298 км.	Завтрак на турбазе. Возвращение в п. Замульта. Переезд в Уч-Энмек, размещение на турбазе (в гостинице либо в национальных аилах). Обед на турбазе. Экскурсия по священной Каракольской долине. Национальный ужин на территории турбазы.
6	4 часа	Уч-Энмек – Семинский перевал (Р-256, 35 км) – Урлу-Аспак (Р-256, 188 км). Всего: 223 км.	Завтрак на турбазе. Дорога в Урлу-Аспак с остановкой на Семинском перевале (покупка сувениров). Размещение в отеле «Алтай Резорт» в Урлу-Аспак. Обед и ужин в ресторане отеля à la carte (оплачивается самостоятельно).
7	Весь день	Урлу-Аспак	Завтрак в отеле. День отдыха. Экскурсии на выбор. Обед и ужин в ресторане отеля à la carte (оплачивается самостоятельно).
8	1 час	Урлу-Аспак – Горно-Алтайск (Всего: 40 км)	Завтрак в отеле. Вылет из аэропорта в г. Горно-Алтайске.

Таблица 24. – Вариант 3. Размещением в отеле «Altay Village Teletskoe», 1,5 дня на Мультинских озёрах [составлена автором].

№ дня	Продолжительн.	Маршрут	Краткое описание дня
1	5 часов	Горно-Алтайск – Усть-Муны (Р-256, 53 км) – Зубровый питомник в Черге (Р-256, 27 км) – Усть-Муны (Р-256, 27 км). Всего: 107 км.	Встреча в г. Горно-Алтайске, переезд в Усть-Муны, размещение в эко-отеле «Алтика». Завтрак в ресторане отеля. Отдых после перелета. Посещение Зубрового питомника в Черге. Возвращение в отель. Обед и ужин в ресторане отеля à la carte (оплачивается самостоятельно).
2	9 часов	Усть-Муны – Усть-Кокса (Р-373, 272 км) – Верх-Уймон (Р-373, 15 км) – Замульта (18 км) – Нижнее Мультинское озеро (18 км). Всего: 323 км.	Завтрак в отеле. Переезд в Усть-Коксу. Обед в кафе в Усть-Коксе (оплачивается самостоятельно). Переезд в Верх-Уймон. Посещение музея на выбор (музей Н.К.Рериха или музей Старообрядчества). Переезд в п. Замульта. Посещение мараловодческого хозяйства. «Заброска» на Нижнее Мультинское озеро на внедорожниках. Размещение в туркомплексе «Мультинские озёра». Ужин на турбазе.
3	Весь день	Нижнее Мультинское озеро – Среднее озеро (6 км) – Верхнее озеро (12 км) – Нижнее озеро (18 км). Всего: 36 км.	Завтрак в туркомплексе. Пеший переход на Среднее озеро. Радиальный выход на Верхнее озеро (Катунский заповедник). Квест (2 часа). Обед (сух.пак). Возвращение на Нижнее озеро. Ужин на турбазе.
4	10 часов	Нижнее озеро – Замульта (18 км) – Уч-Энмек (Р-373, Р-256, 280 км). Всего: 298 км.	Завтрак на турбазе. Возвращение в п. Замульта. Переезд в Уч-Энмек, размещение на турбазе (в гостинице либо в национальных аилах). Обед на турбазе. Экскурсия по священной Каракольской долине. Национальный ужин на территории турбазы.
5	11 часов	Уч-Энмек – перевал Чике-Таман (Р-256, 44 км) – Чуй-Оозы (Р-256, 60 км) – Акташ (Р-256, 68 км) – пер. Кату-Ярык (100 км) –база отдыха «Кырсай» (80 км). Всего: 352 км.	Завтрак на турбазе. Переезд до с. Акташ с остановками на перевале Чике-Таман и в Чуй-Оозы (слияние рек Чуи и Катунь, петроглифы Калбак-Таш). Обед в кафе в с. Акташ (оплачивается самостоятельно). Переезд до южного берега Телецкого озера через перевал Кату-Ярык. Размещение на базе отдыха «Кырсай». Ужин в кафе на территории (оплачивается самостоятельно).
6	Весь день	Телецкое озеро – Артыбаш Всего: 78 км.	Завтрак на турбазе. Прогулка на катере по Телецкому озеру до его северного берега. Размещение в с. Артыбаш в отеле Altay Village Teletskoe. Обед и ужин в ресторане отеля à la carte (оплачивается самостоятельно).
7	Весь день	Артыбаш	Завтрак в отеле. День отдыха. Экскурсии на выбор. Обед и ужин в ресторане отеля à la carte (оплачивается самостоятельно).
8	3 часа	Артыбаш – Горно-Алтайск (Всего: 157 км)	Завтрак в отеле. Вылет из аэропорта в г. Горно-Алтайске.

Таблица 25. – Вариант 4. Размещением в отеле «Altay Village Teletskoe», посещение Чемала [составлена автором].

№ дня	Продол- жительн.	Маршрут	Краткое описание дня
1	5 часов	Горно-Алтайск – Усть-Муны (Р-256, 53 км) – Зубровый питомник в Черге (Р-256, 27 км) – Усть-Муны (Р-256, 27 км). Всего: 107 км.	Встреча в Горно-Алтайске, переезд в Усть-Муны, размещение в эко-отеле «Алтика». Завтрак в ресторане отеля. Отдых после перелета. Посещение Зубрового питомника в Черге. Возвращение в отель. Обед и ужин в ресторане отеля à la carte (оплачивается самостоятельно).
2	11 часов	Усть-Муны – Чемал (49 км) – Верх-Уймон (Р-373, 314 км) – Замульта (18 км). Всего: 381 км.	Завтрак в отеле. Выезд в Чемал. Отдых в Чемале (3 часа). Обед в Чемале (оплачивается самостоятельно). Переезд в Верх-Уймон. Посещение музея на выбор (музей Н.К.Рериха или музей Старообрядчества). Переезд в п. Замульта. Размещение в туркомплексе «Мультиинские озёра». Ужин в кафе (оплачивается самостоятельно). Посещение мараловодческой фермы.
3	11 часов	Замульта – Нижнее Мультиинское озеро (18 км) – Среднее озеро (6 км) – Верхнее озеро (12 км) – турбаза на Нижнем озере (18 км). Всего: 54 км.	Завтрак на турбазе. «Заброска» на Нижнее Мультиинское озеро. Пеший переход на Среднее озеро. Обед (сух.пак). Радиальный выход на Верхнее озеро. Квест (2 часа). Возвращение на Нижнее озеро, размещение в туркомплексе «Мультиинские озёра». Ужин на турбазе.
4	10 часов	Нижнее озеро – Замульта (18 км) – Уч-Энмек (Р-373, Р-256, 280 км). Всего: 298 км.	Завтрак на турбазе. Возвращение в п. Замульта. Переезд в Уч-Энмек, размещение на турбазе (в гостинице либо в национальных аилах). Обед на турбазе.. Экскурсия по священной Каракольской долине. Национальный ужин на турбазе.
5	11 часов	Уч-Энмек – перевал Чике-Таман (Р-256, 44 км) – Чуй-Оозы (Р-256, 60 км) – Акташ (Р-256, 68 км) – пер. Кату-Ярык (100 км) –база отдыха «Кырсай» (80 км). Всего: 352 км.	Завтрак на турбазе. Переезд до с. Акташ с остановками на перевале Чике-Таман и в Чуй-Оозы (слияние рек Чуи и Катунь, петроглифы Калбак-Таш). Обед в кафе в с. Акташ (оплачивается самостоятельно). Переезд до южного берега Телецкого озера через перевал Кату-Ярык. Размещение на базе отдыха «Кырсай». Ужин в кафе на территории кемпинга (оплачивается самостоятельно).
6	Весь день	Телецкое озеро – Артыбаш Всего: 78 км.	Завтрак на турбазе. Прогулка на катере по Телецкому озеру до его северного берега. Размещение в с. Артыбаш в отеле Altay Village Teletskoe. Обед и ужин в ресторане отеля à la carte (оплачивается самостоятельно).
7	Весь день	Артыбаш	Завтрак в отеле. День отдыха. Экскурсии на выбор. Обед и ужин в ресторане отеля à la carte (оплачивается самостоятельно).
8	3 часа	Артыбаш – Горно-Алтайск (Всего: 157 км)	Завтрак в отеле. Вылет из аэропорта в г. Горно-Алтайске.

Первый и второй варианты тура отличаются программой второго дня и количеством дней, проведенных на Мультиинских озёрах.. В первом варианте туристам предлагается посетить такие достопримечательности, как Денисовская пещера и расположенные рядом с ней Шинокские водопады. Территориально они принадлежат Алтайскому краю. Их посещение обусловлено тем, что Денисовская пещера является одной из наиболее знаменитых пещер на Алтае благодаря проведенным в ней археологическим раскопкам, а каскад водопадов является заказником краевого значения – естественные места животных и растений находятся под охраной, живописные ландшафты представляют собой образец нетронутой природы. В предложенном варианте туристы проведут два полноценных дня на Мультиинских озерах и смогут увидеть не только основной каскад (Нижнее, Среднее и Верхнее озёра), но и совершат радиальный выход на одно из озер по выбору – озеро Поперечное либо озеро Крепкое.

Во втором варианте тура предусмотрен радиальный выезд в с. Чемал, основные достопримечательности которого описаны в таблице 26. Таким образом, туристы проведут две ночи в эко-отеле «Алтика», на Мультиинских озёрах – вечер третьего дня и полный четвертый день.

Таблица 26. – Достопримечательности в районе Чемала [составлена автором].

Достопримечательность	Описание
Чемальская ГЭС	Старая ГЭС 1935 года постройки расположена на р. Чемал, недалеко от слияния с Катунью. Не действующая с 2011 года ГЭС сегодня – музей под открытым небом. Развитая инфраструктура предлагает множество развлечений: экскурсии в машинный зал ГЭС, прогулки на катамаранах, экстрим-парк, сувенирный базар, смотровые площадки с видом на водохранилище и водосброс реки.
Сплав по Катунь	Рафтинг по Катунь различных уровней сложности.
о. Патмос	Маленький остров с отвесными скалистыми склонами расположен на р. Катунь, к нему ведет подвесной пешеходный мост (на высоте около 15 м от Катунь). На острове расположен женский монастырь и храм Иоанна Богослова.
Долина духов	Водопад Че-Чкыш (около 3 м высотой), наскальные рисунки эпохи бронзового века и средневековья, смотровая площадка с видом на Катунь.

Третий и четвертый варианты маршрута также отличаются возможностью посещения Чемала, но уже проездом. При этом, выбрав третий маршрут, туристы попадут на Мультиинские озера уже вечером второго дня, выбрав четвертый – только полный третий день проведут на Мультиинских озёрах. Туры с проживанием на Телецком озере

имеют еще одну ключевую особенность – их маршрут проходит по одной из самых красивых дорог России – Чуйскому тракту – с посещением таких достопримечательностей, как перевал Чике-Таман, слияние рек Чуи и Катунь, петроглифы урочища Калбак-Таш, перевал Кату-Ярык (самый захватывающий на Алтае) и труднодоступные Каменные грибы.

В завершающий (седьмой) день предусмотрен отдых туристов с возможностью выбора дополнительных экскурсий, подробно описанных в таблице 27.

Таблица 27. – Перечень дополнительных экскурсий [составлен автором].

Наименование услуги	Описание услуги	Средняя стоимость услуги
Водные экскурсии	Сплавы на рафтах и байдарках по Катунь и Бии. Дополнительные экскурсии к водопадам.	5000 руб./чел.
Рыбалка	Алтай – идеальное место для рыбалки. Более 7 тыс. озер с разнообразной рыбой. Рыбалка на хариуса ведется почти круглый год на Телецком озере, на Тальменном озере, на реках Катунь, Бия, Чуя, Иня и многих других. Возможна доставка до удаленных мест на вертолете.	Телецкое озеро (от 1 часа) – 15 000 руб./час (до 8 чел.) Устья рек Большие и Малые Чили (от 6 часов) – 60 000 руб. (до 8 чел.) Тальменное озеро (от 7 часов) – 400 000 руб. (с доставкой на вертолете, до 5 чел.).
Квадроциклы	Один из вариантов проведения активного отдыха – трассы по живописным окрестностям, чистый воздух, всплеск адреналина, экскурсии к труднодоступным местам – все то, что надолго оставит воспоминания об отдыхе.	2000 руб./час (двухместный квадроцикл)
Пейнтбол	Командная игра для сплочения коллектива и возможность выпустить пар.	600 руб./чел.
Дайвинг на Телецком озере (3 ч)	Телецкое озеро овеяно множеством легенд, и часть из них связана с тем, что скрывается на глубине под толщей воды.. Интересный подводный ландшафт и кристальная прозрачность воды делают плавание с аквалангом в Телецком озере увлекательным событием.	1 чел. – 25000 руб. 2 чел. – 36000 руб. 3 чел. – 50000 руб. 4 чел. – 61000 руб.
Экскурсии на катере по Телецкому озеру	Телецкое озеро расположено на территории Алтайского заповедника, который является частью объекта всемирного наследия ЮНЕСКО «Золотые горы Алтая». Большой выбор экскурсий по Телецкому – возможность познакомиться с красотой заповедника, водопадами, животным и растительным миром.	4-8 часов – 50-80 000 руб. (до 8 чел.)
Вертолетные экскурсии	Вертолетные экскурсии позволяют посетить такие уникальные места Алтая, как священная гора Белуха и озеро Аккем, Шавлинские и Каракольские озера, гора Актру, плато Укок, марсианские пейзажи Алтая.	От 700 тыс.

Для компаний, сотрудники которых предпочитают минимум перемещение и больше отдыха, разработан облегченный вариант тура. Количество дней на озёрах и в отеле варьируется в зависимости от желания заказчика.

- День 1-й – встреча в Горно-Алтайске, размещение в эко-отеле «Алтика» в Усть-Муны (53 км, 1 час в пути).
- День 2-й – переезд на Нижнее Мультиинское озеро (442 км, около 9 часов в пути), размещение в туркомплексе «Мультиинские озера» на берегу Нижнего озера.
- День 3-4-й – отдых на озёрах.
- День 5-й – переезд в Урлу-Аспак (482 км, около 10 часов в пути), размещение в отеле «Алтай Резорт».
- День 6-7-й – отдых на базе отеля.
- День 8-й – возвращение в аэропорт Горно-Алтайска.

Разработанное корпоративное предложение туров рассчитано преимущественно на летние месяцы (май-сентябрь). Однако реализация тура возможна и зимой: все территории, участвующие в программе, в зимний период не менее привлекательны для туристов и имеют свои особенности. Большое количество снега позволяет организовать различные зимние мероприятия, включая катание на собачьих упряжках, катание на ватрушках и тюбингах, экскурсии на снегоходах, отдых на горнолыжном курорте на Телецком озере и даже зимнюю рыбалку.

Далее рассмотрим варианты размещения по программе тура (см. рисунок 44). Первым отелем в туре выступает эко-отель «Алтика» в с. Усть-Муны. Выбор данного отеля обусловлен экологической направленностью тура – туристы не просто посетят несколько заповедников Алтая (Шинокские водопады, Верхнее Мультиинское озеро на территории Катунского заповедника, Телецкое озеро на территории Алтайского заповедника, Уч-Энмек – особо охраняемая природная территория), но и остановятся в эко-отеле, который соединяет в себе натуральные материалы постройки, передовые инженерные решения, комфортные условия, а также тишину и уединение соснового бора. Размещение в отеле возможно в номерах категории «стандарт» в основном корпусе, а также в номерах категории «полулюкс» и «люкс» в отдельных коттеджах. Схема территории отеля со всеми постройками представлена на рисунке 45. На территории основного корпуса, помимо номеров, расположены ресторан, баня «Релакс» и SPA-центр.

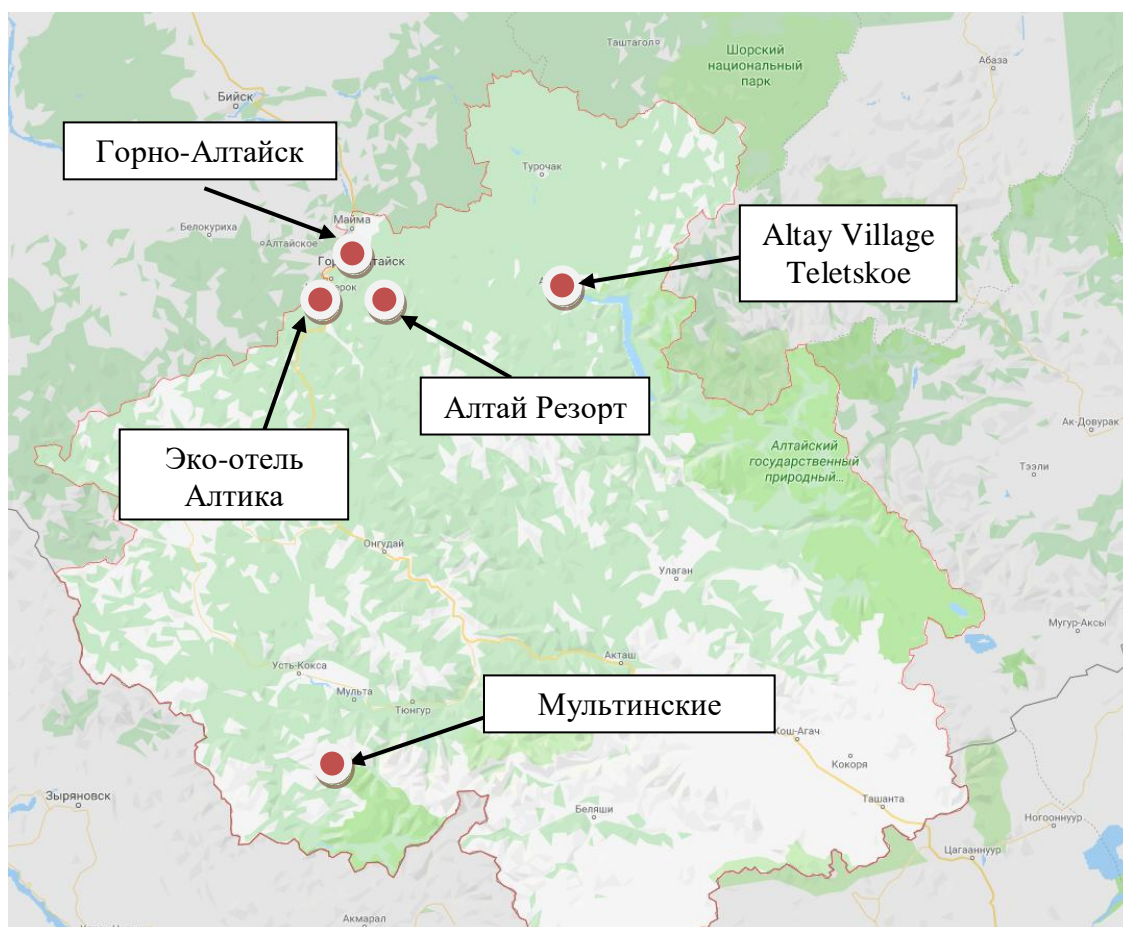


Рисунок 44. – Схема размещения по программе тура [составлен автором].



Рисунок 45. – Схема территории эко-отеля «Алтика» [составлен автором].

Туркомплекс «Мульти́нские озёра» – вторая стоянка по программе инсентив-тура. Это две турбазы: в п. Замульта и на берегу Нижнего Мульти́нского озера. Турбаза в п. Замульта – гостевой дом с номерами категории «люкс» и «полулюкс», кафе, бассейн, беседки, домики (без удобств), кухня для самостоятельного приготовления пищи. Горный кемпинг на берегу Нижнего озера предполагает размещение в домиках без удобств, на территории кемпинга есть кухня для приготовления пищи, беседка, баня, горячий душ, места для палаток.

Турбаза Уч-Энмек располагает возможностью размещения туристов в двухместных номерах в гостинице, а также в пятиместном аиле в «этно-деревне». На территории турбазы есть баня и горячий душ, проводятся фольклорные программы, познавательные экскурсии и мастер-классы по местным ремеслам.

Завершающие дни тура предлагается провести в одном из двух отелей 5*: Алтай Резорт или Altay Village Teletskoe. Алтай Резорт предлагает размещение в номерах категории «супериор» (36 кв.м, однокомнатный), «делюкс» (26,8 кв.м, однокомнатный), «полулюкс» (40 кв.м, однокомнатный), «люкс» (45 кв.м, двухкомнатный), а также в двух коттеджах (169 кв.м., 2 спальни и 224 кв.м, 3 спальни в двухэтажных коттеджах). На территории комплекса работают два ресторана вместимостью до 116 человек и лобби-бар на 82 человека, в котором подают завтрак в форме шведского стола. SPA-центр в отеле Алтай Резорт предлагает следующие услуги: сауна с гималайской солью, бассейн, тренажерный зал, банный комплекс, салон красоты, йога, джакузи и непосредственно SPA-процедуры.

Номерной фонд курорта Altay Village Teletskoe состоит из 22 номеров и шале, выполненных из массива кедра и оформленных в стиле рустик с элементами современного дизайна. Туристы могут выбрать размещение в уютных номерах, в одно- или двухэтажном шале на 2-6 человек с собственной террасой (в том числе с кухней) либо в роскошном президентском шале с зоной для барбекю и террасой с видом на озеро. Все шале располагаются в отдалении друг от друга – как на береговой линии с видом на озеро и горы, так и в глубине леса. На территории комплекса работает ресторан, фитнес-центр и SPA-центр, предлагающий массажные программы, бальнеологические и банные процедуры, оздоровительные программы.

Для основного перемещения по программе предусмотрена аренда микроавтобуса. В труднодоступные места (каскад Шинокских водопадов, Мульти́нские озёра) проводится «заброска» на внедорожниках (ГАЗ-66). С южного берега Телецкого озера до Артыбаша на северном берегу можно добраться на пароме.

Организация питания по маршруту осуществляется на базе ресторанов отелей и кафе в туркомплексах (частично входит в стоимость тура). Питание во время путешествия к Мультиным озерам готовят гиды на костре или переносной газовой горелке, туристы принимают участие в приготовлении пищи по желанию. Подобное питание включает в себя плотный горячий завтрак, сух. паек на обед и плотный горячий ужин. Примерный ассортимент продуктов: крупы (гречка, рис, овсянка и др.), макаронные изделия, сухое молоко, тушенка, колбаса, сыр, орехи, сухофрукты, шоколад, сгущенное молоко, чай, кофе, сухари, хлеб, печенье, конфеты, овощи (картофель, морковь, капуста и др.), фрукты. Спиртные напитки, пиво и закуски к ним не предусмотрены.

Далее проведем калькуляцию тура для 10 человек с учетом переменных затрат (индивидуальные расходы туристов) и постоянных затрат (групповые расходы). Индивидуальные расходы туристов включают в себя затраты на проживание и питание по программе тура. Групповые расходы подразумевают транспортное обслуживание, услуги гида, входные билеты в музеи и экскурсионное обслуживание по программе, подготовку квеста (буклеты и подарки), а также дополнительные расходы (питание и проживание гида-проводника и водителя). Калькуляция всех вариантов тура представлена в Приложении 12.

В таблице 28 представлен расчет стоимости туров. Сумма всех расходов рассчитывается как сумма индивидуальных и групповых расходов (см. Приложение 10). Итоговая стоимость тура на одного человека рассчитывается по формуле: стоимость турпродукта = себестоимость + 10% (маржинальная прибыль). Стоимость агентского комиссионного вознаграждения в турпродукте не учитывается, так как тур продается клиентам напрямую без участия посредников.

Таблица 28. – Расчет стоимости туров [составлена автором].

	Кол-во чел в группе	Сумма всех расходов, руб.	Себестоимость в расчете на 1 чел., руб.	Маржинальная прибыль (10% от себестоим.), руб.	Итоговая стоимость тура в расчете на 1 чел., руб.
Вариант 1	10	526100,00	52610,00	5261,00	57890,00
Вариант 2	10	571200,00	57120,00	5712,00	62890,00
Вариант 3	10	509500,00	50950,00	5095,00	56090,00
Вариант 4	10	510700,00	51070,00	5107,00	56190,00

Точка безубыточности для всех вариантов туров составляет 8 человек. Если в первый тур поедет группа из восьми человек, то групповые расходы с двух человек (17360,00 руб. * 2 человека = 34720,00 руб.) можно покрыть за счет маржинальной прибыли, полученной с восьми человек (5261,00 руб. * 8 человек = 42088,00 руб.). Если

поедет 7 человек, то убыток составит 15253,00 руб. Аналогично при группе 7 человек для вариантов 2, 3 и 4 убыток составит 12726,00 руб., 9485,00 руб., 8861,00 руб. соответственно.

Таким образом, в стоимость тура входит проживание, питание по программе, все необходимое для приготовления пищи в походных условиях, транспортное обслуживание, входные билеты в музеи и на экскурсию в парке «Уч-Энмек». За дополнительную плату туристы могут приобрести следующие услуги:

- билеты до Горно-Алтайска и обратно;
- посещение мараловодческой фермы (100 руб./чел.);
- аренда квадрокоптера (2500 руб./сутки);
- баня (2500 руб./2 часа);
- питание, не включенное в программу (обеды и ужины в отеле по меню, питание в кафе на турбазах);
- дополнительные услуги и экскурсии в свободное время;
- экскурсии заключительного дня (см. таблицу 26).

Обоснование экономической эффективности турпродукта: расчет рентабельности тура и роста годовой прибыли от его реализации. Рентабельность тура рассчитывается как отношение прибыли (выручка – издержки) к общей сумме издержек. Таким образом, рентабельность каждого тура составляет 10%. Проведем расчет роста годовой прибыли от реализации минимального турпродукта (вариант 3). Выручка компании увеличится на стоимость тура в расчете на 10 человек и составит 10831726,00 руб. Расходы компании увеличатся на себестоимость тура в расчете на 10 человек и составят 7843585,00 руб. При прочих равных условиях прибыль компании увеличится на 1,8%. При реализации двух туров в год прогнозируемые темпы роста потенциальной прибыли составят 3,5% в год.

В соответствии с государственным стандартом [20] разработаны технологическая карта туристского путешествия (см. Приложение 13), информационный листок (см. Приложение 14) и паспорт трассы туристского похода (см. Приложение 15). По завершению путешествия проводится анкетирование туристов для анализа реализованного тура и внесения необходимых корректировок по улучшению качества предоставляемых услуг (см. Приложение 16). Для первого варианта тура составлен индивидуальный текст экскурсии по программе маршрута (см. Приложение 17) и разработан буклет для проведения квеста (см. Приложение 18).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Туристские поездки с деловыми целями, или бизнес-туризм, существуют уже не одно десятилетие. Сфера МІСЕ-индустрии представляет собой быстро растущее и высокодоходное направление туризма. Ее развитие обусловлено повышением интереса к деловым поездкам, ростом числа крупных компаний, отправляющих сотрудников в путешествия с бизнес-целями, развитием науки и увеличением количества проводимых конференций и форумов, а также ростом деловой активности населения в целом.

В рамках выпускной квалификационной работы было решено несколько задач, способствующих достижению цели работы, а именно предложению рекомендаций по развитию МІСЕ-туризма в Республике Алтай на основе деятельности туроператорской фирмы. В первую очередь, был уточнен терминологический аппарат в сфере делового туризма. МІСЕ-туризм рассматривается как одно из направлений делового туризма и определяется как путешествия с целью участия в деловых мероприятиях, направленных на обучение, мотивацию и сплочение персонала, представление интересов и деятельности компании, ее развитие, установление новых связей и контактов. Также были раскрыты виды МІСЕ-туризма, которые определяются самой аббревиатурой (meetings, incentives, conventions, exhibitions), и охарактеризован процесс формирования МІСЕ-туров.

Далее был проведен анализ рынка МІСЕ-туризма в России и состояния рынка Республики Алтай. В ходе исследования были выделены основные центры МІСЕ-туризма в России и выявлены следующие проблемы его развития: высокая централизация Москвы в отношении проводимых конгрессно-выставочных мероприятий, низкий уровень развития необходимой инфраструктуры в регионах, рост стоимости услуг (включая цены на транспортное обслуживание) пропорционально удаленности от столицы государства, недостаток квалифицированных специалистов в регионах, отсутствие необходимого объема инвестиций в развитие направлений МІСЕ-туризма. С точки зрения перспектив развития МІСЕ-туризма в России можно выделить следующие тенденции: использование достижений информационных технологий в организации туров является приоритетным направлением развития данной сферы; современные потребители МІСЕ-услуг требуют более тонкого и более точного удовлетворения постоянно изменяющихся потребностей, предложения необычных форматов проведения мероприятий, обоснования экономической выгоды их проведения.

Республика Алтай имеет широкий потенциал развития МІСЕ-туризма, которому на сегодняшний день препятствует неразвитость туристкой инфраструктуры, низкий уровень продвижения дестинации на внутреннем и зарубежном рынке, высокая конкуренция со

стороны Новосибирской и Иркутской областей. Первостепенной задачей по развитию МІСЕ-туризма в Республике Алтай является создание сильного бренда региона в качестве дестинации МІСЕ-туризма. Данное направление будет способствовать привлечению денежных потоков в регион, с одной стороны, и увеличению числа повторных поездок, с другой, так как после совершения деловой поездки в регион туристы могут повторить свое путешествие уже с рекреационными целями.

Итогом выпускной квалификационной работы стала разработка рекомендаций по развитию МІСЕ-туризма в Республике Алтай и оценка их эффективности на основе проведенного анализа деятельности туроператорской фирмы. В качестве одной из перспектив развития был разработан инсентив-тур в Республику Алтай. Предлагаемый турпродукт представляет собой несколько вариантов маршрута и легко интегрируется с различными пожеланиями заказчиков. Все варианты тура, продолжительностью 8 дней, подразумевают комфортное проживание и перемещение по программе тура, посещение различных природных и культурных достопримечательностей региона, включая объекты Всемирного наследия ЮНЕСКО. В программе тура предусмотрено проведение тимбилдинга в виде квеста с экологической направленностью, для нужд которого разработан информационный буклет. Для продвижения предложенного инсентив-тура был создан веб-сайт, отражающий всю необходимую информацию, связанную с размещением и программой тура.

Подводя итог, МІСЕ-туризм в России находится на этапе становления. Его равномерное развитие в регионах может стать определяющим фактором экономического роста субъектов и страны в целом, способствовать усилению внешнеэкономических связей государства и созданию благоприятного образа страны в качестве дестинации МІСЕ-туризма, как на внешнеполитической арене, так и на внутреннем рынке.

Список использованной литературы

- [1] Путрик Ю.С. История туризма. Отв. ред. и сост. Ю.С. Путрик. — М.: Федеральное агентство по туризму. 2014, — 123 с.
- [2] Manuela Liliana Muresan. Business tourism - a sustainable form to relaunch Romanian tourism // The 11th International Conference on Business Excellence, 2017.
- [3] John Swarbrooke, Susan Horner. Business travel and tourism. // Butterworth-Heinemann, 2015. — 384 p.
- [4] Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности М.: Финансы и статистика. 2005. — 288 с.
- [5] Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ.
- [6] International Recommendations for Tourism Statistics. Economic and social affairs. Par. 3.17.2. United Nations, UNWTO. New York, 2010. [Электронный ресурс] URL: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1e.pdf (Дата обращения: 18.02.2019.)
- [7] Официальный сайт Международной ассоциации конгрессов и конференций. [Электронный ресурс] URL: <https://www.iccaworld.org/> (Дата обращения: 18.02.2019.)
- [8] Писаревский Е.Л. Основы туризма. М.: Федеральное агентство по туризму. 2014. — 384 с.
- [9] Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. Справочник. — М.: Финансы и статистика. 2003. — 368 с.
- [10] Чимитдоржиева О.Г. Маркетинговые стратегии развития рынка делового туризма // Туризм как фактор социально-экономического развития региона: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции. Красноярск: Краснояр. гос. пед. ун-т им. В.П. Астафьева. 2011. — С.130-137.
- [11] Смирнова Ольга Александровна. Территориальная структура делового туризма в мире // Диссертация на соискание ученой степени кандидата геогр. наук. Москва. 2006 — 185 с.
- [12] Перова А.Ф. Архитектурная типология центров делового туризма (на примере Санкт-Петербурга) // Диссертация на соискание ученой степени кандидата архитектуры СПбГАСУ. 2015.
- [13] David Silva-Pedroza, Ricardo Marin-Calero, Gustavo Ramirez-Gonzalez. NFC Evaluation in the Development of Mobile Applications for MICE in Tourism. // Sustainability, 2017. № 9(11).

- [14] Maisarah Abd Hamid, Zatul Iffah Mohd Fuza, Noralisa Ismail. The Development of MICE Tourism: A Case from Kelantan Perspectives. // 3rd International Seminar on Entrepreneurship and Business, 2016.
- [15] Ammar Abulibdeh, Esmat Zaidan. Empirical analysis of the cross-cultural information searching and travel behavior of business travelers: A case study of MICE travelers to Qatar in the Middle East. // Applied Geography, 2017. №85.
- [16] Деловой туризм в России. [Электронный ресурс] URL: https://studbooks.net/605835/turizm/istoriya_delovogo_turizma (Дата обращения: 20.02.2019.)
- [17] Krzysztof Cieslikowski. Business tourism as innovative product for destinations. // Conference Innovative (Eco-) Technology, Entrepreneurship and Regional Development, 2015.
- [18] MICE: корпоративные мероприятия. [Электронный ресурс] URL: <https://www.mice.ru/news/overview/1139-korporativnye-meropriyatiya> (Дата обращения: 21.02.2019.)
- [19] MICE: деловой туризм. [Электронный ресурс] URL: <https://www.mice.ru/news/overview/1137-mice-delovoj-turizm> (Дата обращения: 21.02.2019.)
- [20] Агентство делового туризма «Аэроclub». [Электронный ресурс] URL: <http://aeroclub.ru/mice/> (Дата обращения: 21.02.2019.)
- [21] ГОСТ Р 53524-2009. Конгрессная деятельность. Термины и определения.
- [22] Митракова А.И. MICE – как приоритетное направление в сфере туризма. // Научный альманах N 11-1(25). Экономические науки, 2016. – С. 237-239.
- [23] Чугунова М. Б. MICE-туризм как фактор экономического развития региона // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 11. – С. 986–990. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/86214.htm>. (Дата обращения: 21.02.2019.).
- [24] ГОСТ Р 56780-2015. Услуги средств размещения. Бизнес-услуги. Общие требования.
- [25] ГОСТ 32608-2014. Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения.
- [26] ГОСТ Р 53524-2009 «Конгрессная деятельность. Термины и определения».
- [27] Кузнецова О.И., Сильчева Л.В., Масленникова Е.Г., Макеева Д.Р. Аспекты MICE-туризма и его организации. // Сервис в России и за рубежом, 2014. № 2(49). С. 40-52.
- [28] Макринова Е.И., Авилова Н.А., Лысенко В.В. Повышение лояльности персонала организаций, предоставляющих туристские услуги, на основе применения инсентив-программ. // Фундаментальные исследования. Экономические науки, 2016. №1. С. 176-181.
- [29] Информационный портал Москва 24. [Электронный ресурс] URL: <https://www.m24.ru/articles/turizm/16112017/151563> (Дата обращения: 01.03.2019.)

- [30] Официальный сайт Russian Business Travel & MICE Award. [Электронный ресурс] URL: <http://www.mice-award.ru/ru/about-the-award/> (Дата обращения: 03.03.2019.)
- [31] Мизина В.В., Побирченко В.В. Региональные особенности развития бизнес-туризма в России. // Актуальные проблемы гуманитарных наук, 2017. №5-1. С. 147-150.
- [32] Портал поиска деловых событий Ехромар. [Электронный ресурс] URL: <https://exromar.ru/> (Дата обращения: 07.03.2019.)
- [33] Международная выставка BATIMAT RUSSIA. [Электронный ресурс] URL: <https://batimat-rus.com/> (Дата обращения: 07.03.2019.)
- [34] Международная выставка IPSA. [Электронный ресурс] URL: <https://www.ipsa.ru/IPSA-2019/Companies/Exhibitors/Company-Content/?coId=409961> (Дата обращения: 07.03.2019.)
- [35] Международная выставка HI-TECH. [Электронный ресурс] URL: <http://hitech-expo.ru/> (Дата обращения: 07.03.2019.)
- [36] Форум «Экология большого города» [Электронный ресурс] URL: <https://ecology.exroforum.ru/> (Дата обращения: 07.03.2019.)
- [37] Информационный портал All Events. [Электронный ресурс] URL: <http://all-events.ru/> (Дата обращения: 07.03.2019.)
- [38] Информационное агентство ИНВЕСТИНФРА. [Электронный ресурс] URL: <https://investinfra.ru/o-proekte> (Дата обращения: 07.03.2019.)
- [39] Ахлюстина М. В. MICE-индустрия. Последствия и перспективы развития по всей России // VII ежегодная научная конференция кафедры истории и социальных технологий УрФУ «Вызовы времени и социально-историческое знание: теоретико-методологические, конкретно-исторические аспекты, практическое значение». Екатеринбург, 8 февраля 2018 г. : материалы конференции. — Екатеринбург : Издательство УМЦ УПИ, 2018. — С. 140-142.
- [40] Официальный сайт Ассоциации бизнес-туризма. [Электронный ресурс] URL: <http://www.businesstravelrussia.ru/> (Дата обращения: 10.03.2019.)
- [41] Официальный сайт Правительства Республики Алатй. [Электронный ресурс] URL: <https://www.altai-republic.ru/> (Дата обращения: 15.03.2019.)
- [42] Федеральный закон "О стратегическом планировании в Российской Федерации" от 28.06.2014 N 172-ФЗ.
- [43] Постановление Правительства Республики Алтай № 60 от 13 марта 2018 года "О Стратегии социально-экономического развития Республики Алтай на период до 2035 года".

- [44] Постановление Правительства Республики Алтай № 245 от 28 сентября 2012 года «Об утверждении государственной программы Республики Алтай "Развитие экономического потенциала и предпринимательства"» (с изменениями на 28 декабря 2018 года).
- [45] Официальный сайт Федерального агентства по туризму. [Электронный ресурс] URL: <https://www.russiatourism.ru/> (Дата обращения: 15.03.2019.)
- [46] Официальный сайт Министерства экономического развития Республики Алтай [Электронный ресурс] URL: <http://www.mineco04.ru/> (Дата обращения: 20.03.2019.)
- [47] Государственное бюджетное учреждение Республики Алтай «Центр развития туризма и предпринимательства Республики Алтай» [Электронный ресурс] URL: <http://binkra.ru/> (Дата обращения: 20.03.2019.)
- [48] Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. — Мн.: БГЭУ, 1999, – 644 с.
- [49] Официальный сайт компании ООО «ГлавТурОператор». [Электронный ресурс] URL: <https://glavtouroperator.ru/> (Дата обращения: 02.04.2019.)
- [50] Официальный сайт компании ООО «Индивидуальный туризм» [Электронный ресурс] URL: <http://www.intoursspb.ru/>
- [51] Официальный сайт компании АО «Солеанс сервис» [Электронный ресурс] URL: <http://www.soleans.spb.ru/index.html> (Дата обращения: 02.04.2019.)
- [52] Официальный сайт компании ООО «Росси Тур СПб» [Электронный ресурс] URL: <http://spbrossitour.com/contacts/> (Дата обращения: 02.04.2019.)
- [53] Воронка продаж. [Электронный ресурс] URL: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_v/sales_funnel/ (Дата обращения: 23.04.2019.)
- [54] Уровень инфляции в Российской Федерации [Электронный ресурс] URL: уровень-инфляции.рф (Дата обращения: 02.05.2019.)
- [55] Агальцова И.А. Инсентив-туризм как способ мотивации персонала. // Сервис в России и за рубежом, 2017. №5 (66). С. 40-48.
- [56] Борисова О.В. Перспективы развития инсентив туризма. // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки, 2016. №1. С. 145-151.
- [57] Григорян Р.Л. Развитие инсентив-туризма в России. // Science Time, 2017. № 1(37). С. 133-137.
- [58] Копчик И.С., Т.Ю. Феофилова. Структура рынка MICE туризма Санкт-Петербурга и направления его развития. // Сборник научных трудов Международной научно-

практической конференции «Инновационные технологии в развитии социально-экономических систем», 2018. С. 201-207.

[59] Курач Е.Р., Иваскив И.С. Особенности и специфика развития делового туризма в России и за рубежом. // Научный результат. Серия: Технологии бизнеса и сервиса, 2014. №2. С. 38-45.

[60] Максанова Л.М., Кауров И. А., Оширов В. А. Формирование мер государственной поддержки развития внутреннего туризма на региональном уровне. // Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент, 2016. № 3. С. 55-63.

[61] Ржепка Э.А., Новичкова Т.Р. Результаты мониторинговых исследований специфики развития делового туризма в г. Иркутске. // Вестник Ассоциации ВУЗов туризма и сервиса, 2015. Т. 9. № 2. С. 49-56.

[62] Соловьев А.П. Современное состояние и перспективы развития делового туризма. // Вестник Московского университета МВД России. 2015. № 3. С. 82-84.

[63] Ткаченко С.А., Парубец О.В. MICE-туризм как предпосылка развития туризма в Крымском регионе. // В сборнике: Наука, образование, общество: тенденции и перспективы развития. Сборник материалов VI Международной научно-практической конференции, 2017. С. 213-216.

[64] Отчет UNWTO Tourism Highlights, 2018 Edition. [Электронный ресурс] URL: <https://www.russiatourism.ru/> <http://www2.unwto.org/ru> (Дата обращения: 17.03.2019.)

[65] Doc. Dr. Iva Bulatović, Prof. Dr. Silvana Đurašević. New trends in tourism – a challenge for Montenegro as a tourist destination. // Zbornik Radova Ekonomskog Fakultet au Rijeci, 2016.

[66] Halina Kiryluk. Creation and evaluation of the tourist image of a country - the example of Poland. // 20th International Scientific Conference Economics and Management, 2015.

[67] Demet Tuzunkan. Customer relationship management in business-to-business marketing: Example of tourism sector. // GeoJournal of Tourism and Geosites. Year XI, vol. 22, no. 2, 2018, p.329-338.

[68] Nana Katsitadze, Ia Natsvlishvili. Development opportunities of Mice tourism in developing countries: Case of Georgia. // International Journal of Business and Management Studies, 2017.

[69] Paul Byrne, Heather Skinner. International Business Tourism: Destination Dublin or Destination Ireland? // Journal of travel & tourism marketing, 2014.

Приложение 1

Таблица 2. – Деловые мероприятия 2018 года в России [составлена автором]

Город	Месяц	Мероприятие	Кол-во	Между-народные
Архангельск	Июль	Семинар	1	
Брянск	Ноябрь	Форум	1	
Владивосток	Февр.	Конференция	1	
	Июль	Форум	1	
	Сент.	Форум	1	
	Окт.	Конференция	2	
Волгоград	Июль	Форум	1	
Воронеж	Март	Семинар	1	
	Май	Семинар	1	
	Июнь	Конференция	1	
	Июнь	Семинар	1	
	Окт.	Форум	2	
		Семинар	2	
Екатеринбург	Янв.	Конференция	1	
	Апр.	Конференция	3	
	Июнь	Конференция	1	
	Авг.	Конференция	2	
	Сент.	Форум	1	
		Конференция	2	
		Семинар	1	
	Окт.	Семинар	1	
	Ноябрь	Конференция	2	1
		Форум	2	
	Дек.	Форум	3	1
Иркутск	Март	Мастер-класс	1	
	Авг.	Конференция	1	1
	Сент.	Конференция	2	
Казань	Янв.	Мастер-класс	1	
	Март	Конгресс	1	
		Саммит	1	
	Апр.	Конференция	1	
		Форум	3	
		Конференция	1	
	Май	Форум	1	
		Мастер-класс	1	

Город	Месяц	Мероприятие	Кол-во	Между-народные
Санкт-Петербург	Апр.	Конференция	15	2
		Мастер-класс	5	
		Саммит	1	1
		Семинар	4	
		Бизнес-тренинг	6	
		Форум	6	1
	Май	Бизнес-завтрак	2	
		Конгресс	1	
		Конференция	7	
		Мастер-класс	3	
		Саммит	1	
		Бизнес-тренинг	4	
		Форум	1	
	Июнь	Конгресс	2	2
		Конференция	9	
		Круглый стол	1	
		Мастер-класс	7	
		Семинар	3	
		Бизнес-тренинг	1	
	Июль	Мастер-класс	3	
		Семинар	1	
		Бизнес-тренинг	1	
	Авг.	Бизнес-завтрак	1	
		Конференция	1	
		Мастер-класс	2	
		Семинар	3	
		Бизнес-тренинг	1	
	Сент.	Форум	3	
		Бизнес-завтрак	1	
		Конгресс	1	1
		Конференция	4	2
		Мастер-класс	6	
		Семинар	3	
		Бизнес-тренинг	1	
		Форум	7	

Продолжение таблицы 2. – Деловые мероприятия 2018 года в России

Казань	Июль	Форум	2	
		Конференция	1	
	Авг.	Конференция	1	
	Сент.	Форум	2	1
		Конференция	2	
	Окт.	Форум	1	
	Ноябрь	Форум	2	1
		Конференция	1	
Калининград	Апр.	Форум	1	
		Конференция	1	
	Июнь	Мастер-класс	1	
	Сент.	Форум	1	
	Окт.	Форум	1	
Калуга	Апр.	Форум	1	1
		Конференция	1	
	Сент.	Форум	1	1
Кемерово	Окт.	Круглый стол	1	
Краснодар	Янв.	Форум	1	1
	Февр.	Форум	1	
	Апр.	Форум	1	
	Май	Семинар	1	
	Июнь	Форум	1	
	Сент.	Конференция	2	
	Окт.	Семинар	1	
		Форум	1	
	Ноябрь	Конференция	4	
Красноярск	Янв.	Форум	1	
	Февр.	Форум	2	
	Март	Форум	1	
	Авг.	Форум	1	
	Сент.	Семинар	1	
	Окт.	Форум	1	
	Ноябрь	Конференция	1	
		Форум	1	
Курск	Июнь	Форум	1	
Нижний Новгород	Февр.	Форум	1	1
	Апр.	Конференция	1	
		Семинар	1	
	Сент.	Конференция	1	

Санкт-Петербург	Окт.	Конгресс	1	
		Конференция	13	1
		Мастер-класс	6	
		Семинар	3	
		Бизнес-тренинг	1	
		Форум	6	2
	Ноябрь	Бизнес-завтрак	1	
		Конференция	21	1
		Мастер-класс	6	
		Семинар	3	
		Бизнес-тренинг	1	
		Форум	6	2
	Дек.	Конгресс	1	
		Конференция	5	
		Мастер-класс	2	
		Семинар	2	
		Бизнес-тренинг	2	
Москва	Янв.	Бизнес-завтрак	1	
		Конференция	3	
		Форум	1	
	Февр.	Бизнес-завтрак	3	
		Конгресс	1	
		Конференция	30	1
		Круглый стол	1	
		Мастер-класс	2	
		Саммит	2	
		Семинар	1	
		Бизнес-тренинг	1	
		Форум	13	5
	Март	Бизнес-завтрак	1	
		Конференция	58	2
		Круглый стол	4	
		Мастер-класс	4	
		Саммит	5	
		Семинар	15	
		Бизнес-тренинг	2	
		Форум	27	4
	Апр.	Бизнес-завтрак	4	
		Конгресс	1	

Продолжение таблицы 2. – Деловые мероприятия 2018 года в России

Нижний Новгород	Окт.	Конференция	3	
	Ноябрь	Семинар	1	
	Дек.	Конференция	1	
Новосибирск	Март	Мастер-класс	1	
	Апр.	Конференция	1	
		Форум	1	
	Май	Форум	1	
		Конференция	1	
	Июнь	Конференция	2	
		Бизнес-тренинг	2	
	Июль	Семинар	1	
		Мастер-класс	1	
	Авг.	Конференция	1	
		Форум	1	1
	Сент.	Конференция	1	
	Окт.	Конференция	3	
		Мастер-класс	1	
		Форум	1	
	Ноябрь	Круглый стол	1	
		Бизнес-завтрак	1	
		Конференция	3	
		Семинар	1	
Ростов-на-Дону	Февр.	Конференция	1	
	Май	Семинар	1	
		Форум	1	
		Конференция	1	
	Июнь	Конференция	1	
	Сент.	Мастер-класс	1	
	Окт.	Форум	1	
Самара	Февр.	Форум	1	
	Ноябрь	Конференция	1	
Саратов	Март	Форум	1	
	Июнь	Мастер-класс	1	
		Конференция	1	
	Авг.	Форум	1	
	Ноябрь	Конференция	1	
Севастополь	Сент.	Форум	1	
	Дек.	Мастер-класс	1	
Москва	Апр.	Конференция	80	10
		Круглый стол	4	
		Мастер-класс	12	
		Саммит	2	2
		Семинар	14	
		Бизнес-тренинг	2	
		Форум	30	3
	Май	Бизнес-завтрак	5	
		Конгресс	3	
		Конференция	37	2
		Круглый стол	1	
		Мастер-класс	2	
		Саммит	5	2
		Семинар	7	
		Бизнес-тренинг	1	
		Форум	17	5
	Июнь	Бизнес-завтрак	5	
		Конгресс	3	
		Конференция	48	3
		Круглый стол	4	
		Мастер-класс	5	
		Саммит	1	
		Семинар	8	
		Бизнес-тренинг	1	
		Форум	25	
	Июль	Бизнес-завтрак	7	
		Конгресс	2	1
		Конференция	5	1
		Круглый стол	1	
		Мастер-класс	2	
		Семинар	9	
		Бизнес-тренинг	1	
		Форум	3	1
	Авг.	Бизнес-завтрак	2	
		Конференция	12	
		Круглый стол	3	
		Мастер-класс	5	
		Семинар	13	
		Форум	3	

Продолжение таблицы 2. – Деловые мероприятия 2018 года в России

Смоленск	Июнь	Форум	1	
Сочи	Март	Конференция	2	2
	Апр.	Форум	3	
		Конференция	1	
	Июнь	Конференция	2	
		Саммит	1	
	Сент.	Форум	2	1
		Конференция	2	
		Семинар	1	
	Окт.	Форум	2	1
		Конференция	5	
		Саммит	1	
	Ноябрь	Конференция	2	
		Конгресс	1	
		Форум	1	1
Ставрополь	Сент.	Форум	1	
Сургут	Окт.	Форум	1	
Ульяновск	Май	Форум	1	
Уфа	Март	Форум	1	
Ханты-Мансийск	Май	Конференция	1	
Челябинск	Февр.	Форум	1	
		Конференция	3	2
	Март	Конференция	1	
		Форум	1	
	Апр.	Форум	1	
		Форум	1	
Ярославль	Апр.	Семинар	1	
Ялта	Окт.	Семинар	1	
Санкт-Петербург	Янв.	Бизнес-тренинг	2	
		Форум	2	
		Круглый стол	1	
	Февр.	Конференция	6	
		Форум	1	
		Бизнес-тренинг	1	
	Март	Бизнес-завтрак	1	
		Конференция	2	
		Мастер-класс	2	
		Бизнес-тренинг	3	
		Форум	3	

Москва	Сент.	Бизнес-завтрак	4	
		Конгресс	3	
		Конференция	83	4
		Круглый стол	3	
		Мастер-класс	14	
		Саммит	6	
		Семинар	18	
		Бизнес-тренинг	4	
		Форум	39	4
	Окт.	Бизнес-завтрак	6	
		Конгресс	2	1
		Конференция	102	8
		Круглый стол	4	
		Мастер-класс	8	
		Саммит	5	
		Семинар	38	
		Форум	46	3
	Ноябрь	Бизнес-завтрак	3	
		Конгресс	1	
		Конференция	116	5
		Круглый стол	5	
		Мастер-класс	9	
		Саммит	2	
		Семинар	30	
		Бизнес-тренинг	2	
		Форум	46	5
	Дек.	Бизнес-завтрак	2	
		Конгресс	3	
		Конференция	49	2
		Круглый стол	3	
		Мастер-класс	2	
		Саммит	1	
		Семинар	15	
		Бизнес-тренинг	1	
		Форум	17	1

Приложение 2

Таблица 3. – Распределение конгрессно-выставочных мероприятий 2018 года по месяцам [составлена автором].

Город	Янв.	Февр.	Март	Апр.	Май	Июнь	Июль	Август	Сент.	Окт.	Ноябрь	Дек.	Всего
Архангельск							1						1
Брянск											1		1
Владивосток		1					1		1	2			5
Волгоград							1						1
Воронеж			1		1	2				4			8
Екатеринбург	1			3		1		2	4	1	4	3	19
Иркутск			1					1	2				4
Казань	1		1	5	2	1	3	1	4	1	3		22
Калининград				2		1			1	1			5
Калуга				2					1				3
Кемерово										1			1
Краснодар	1	1		1	1	1			2	2	4		13
Красноярск	1	2	1					1	1	1	2		9
Курск						1							1
Москва	5	54	116	149	78	100	30	38	174	211	214	93	1262
Нижний Новгород		1		2					1	3	1	1	9
Новосибирск			1	2	2	4	2	2	1	5	6		25
Ростов-на-Дону		1			3	1			1	1	1		8
Самара		1									1		2
Санкт-Петербург	5	8	11	37	19	23	5	11	23	30	38	12	222
Саратов			1			2		1			1		5
Севастополь									1			1	2
Смоленск						1							1
Сочи			2	4		2	1		5	8	4		26
Ставрополь									1				1
Сургут										1			1
Ульяновск					1								1
Уфа			1										1
Ханты-Мансийск					1								1
Челябинск		4	2	1									7
Ярославль				1									1
Ялта										1			1
Всего:	14	73	138	209	108	140	44	57	223	273	280	110	1669

Приложение 3

Таблица 5. – Виды конгрессно-выставочных мероприятий 2018 года [составлена автором].

Город	Форум	Конференция	Семинар	Мастер-класс	Бизнес-тренинг	Круглый стол	Бизнес-завтрак	Саммит	Конгресс	Всего
Архангельск			1							1
Брянск	1									1
Владивосток	2	3								5
Волгоград	1									1
Воронеж	2	1	5							8
Екатеринбург	6	11	2							19
Иркутск		3		1						4
Казань	11	7		2				1	1	22
Калининград	3	1		1						5
Калуга	2	1								3
Кемерово						1				1
Краснодар	5	6	2							13
Красноярск	7	1	1							9
Курск	1									1
Москва	267	624	168	65	15	33	43	29	18	1262
Нижний Новгород	1	6	2							9
Новосибирск	4	12	2	3	2	1	1			25
Ростов-на-Дону	2	3	2	1						8
Самара	1	1								2
Санкт-Петербург	35	83	22	42	24	2	6	2	6	222
Саратов	2	2		1						5
Севастополь	1			1						2
Смоленск	1									1
Сочи	8	14	1					2	1	26
Ставрополь	1									1
Сургут	1									1
Ульяновск	1									1
Уфа	1									1
Ханты-Мансийск		1								1
Челябинск	3	4								7
Ярославль			1							1
Ялта			1							1
Итого:	370	784	210	117	41	37	50	34	26	1669

Приложение 4

Таблица 6. – Календарь туристских выставок в России на 2019 год [составлена автором по данным [32]]

Город проведения	Даты проведения	Название выставки	Тип выставки	Логотип выставки
Москва	21-23 января	Sport Casual Moscow 2019	Выставка-презентация спортивной, повседневной и туристической одежды, обуви, аксессуаров и оборудования	
Ялта	21-22 февраля	Крым. Сезон 2019	Межрегиональная выставка предприятий турбизнеса и индустрии HoReCa	
Симферополь	5-6 марта	Открытый Крым 2019	Межрегиональная туристическая выставка	
Москва	9-11 марта	Интурмаркет 2019	Международная туристская выставка	
Москва	12-14 марта	МИТТ 2019	Московская международная туристическая выставка	
Нижний Новгород	13-17 марта	Охота. Рыбалка. Туризм. Отдых. Спорт 2019	Специализированная выставка	
Самара	28-31 марта	Рыбалка, охота и активный отдых на Волге 2019	Межрегиональная выставка-шоу	
Ростов-на-Дону	29-30 марта	Мир без границ 2019	Международный фестиваль туризма	

Красноярск	4-7 апреля	Енисей 2019	Международная туристическая выставка	
Москва	5-7 апреля	Спорт и активный отдых 2019	Международная выставка активного отдыха и приключенческого туризма	
Екатеринбург	5-6 апреля	Лето 2019	Международная туристская выставка	
Белгород	10-14 апреля	Отдых. Спорт. Охота. Рыбалка 2019	Межрегиональная специализированная выставк	
Казань	11-13 апреля	Туризм и спорт 2019	Специализированная выставка туризма и спорта	
Новосибирск	11-14 апреля	Охота и рыбалка Сибирь 2019	Выставка товаров и услуг для охоты и рыболовства	
Ростов-на-Дону	11-14 апреля	Охота. Рыболовство. Активный отдых 2019	Выставка-продажа	
Пермь	18-21 апреля	Охотник и рыболов. Активный отдых 2019	Межрегиональная выставка-ярмарка товаров и услуг для охоты, рыболовства и активного отдыха	
Волгоград	18-21 апреля	Турист. Охотник. Рыболов. Весна 2019	Всероссийская специализированная выставка	
Улан-Удэ	18-19 апреля	Туризм и отдых 2019	Межрегиональная туристская выставка-ярмарка	
Киров	2-4 мая	Отдых. Туризм. Рыбалка и охота 2019	Межрегиональная выставка-продажа	

Санкт-Петербург	11-12 мая	Путешествие: Отдых без границ 2019	Международная туристская выставка	
Москва	16-19 мая	Евразия-Экспо: Диалог культур 2019	Международная выставка-ярмарка	
Киров	18-20 июня	Лето. Киров 2019	Межрегиональная выставка-ярмарка	
Москва	10-12 сентября	Отдых MICE 2019	Международная выставка и конференция по деловому туризму и корпоративным мероприятиям	
Москва	10-12 сентября	Отдых Medical Tourism, Spa & Health 2019	Международная экспозиция и конференция по медицинскому и лечебно-оздоровительному туризму	
Волгоград	26-29 сентября	Турист. Охотник. Рыболов. Осень 2019	Всероссийская специализированная выставка	
Владивосток	10-12 октября	ActiveLife Expo 2019	Международная выставка товаров и услуг для активного образа жизни	
Уфа	20-22 ноября	Форум гостеприимства и туристической индустрии 2019	Специализированная выставка	
Сочи	21-22 ноября	Курорты и туризм. Сезон 2019-2020	Международная туристская выставка	

Приложение 5

Таблица 8. – Динамика турпотока по муниципальным районам Республики Алтай в 2016-2018 гг. [составлена на основе данных [41]].

Наименование района	2016 год, тыс. чел.	2017 год, тыс. чел.	2018 год, тыс. чел.
Кош-Агачский	40,2	61,9	63,9
Майминский	515,6	511,5	563,03
Онгудайский	89,1	95,1	119,13
Турочакский	274,5	259,5	358,82
Улаганский	46,7	68,7	95,4
Усть-Канский	13,0	13,5	13,7
Усть-Коксинский	99,9	103,1	122,09
Чемальский	792,3	817,7	656,88
Чойский	15,2	15,8	16,37
Шебалинский	40,2	41,4	37,34
г. Горно-Алтайск	59,7	61,7	68,34
Всего:	1 986,4	2 049,9	2 115,0

Приложение 6

Таблица 9. – Распределение коллективных средств размещения по муниципальным образованиям Республики Алтай в 2018 году [41].

Наименование района	Количество КСР, ед.	Количество мест, ед.	В т.ч. круглогодичных мест, ед.
Кош-Агачский район	18	498	270
Майминский район	61	3986	2901
Онгудайский район	27	740	284
Турочакский район	37	1896	1212
Улаганский район	34	1392	167
Усть-Канский район	8	86	80
Усть-Коксинский район	39	1299	710
Чемальский район	124	6255	3310
Чойский район	7	215	80
Шебалинский район	11	680	232
г. Горно-Алтайск	11	470	470
Всего:	377	17517	9716

Приложение 7

Таблица 12. – Отчет о финансовом положении «ГлавТурОператора» [составлена по данным, предоставленным организацией].

	Код статьи	30.09.2018
АКТИВЫ		
I. Внеоборотные активы		
Итого по разделу I	1100	0
II. Оборотные активы, в т.ч.		
Дебиторская задолженность	1230	1395
Денежные средства	1250	859
Итого по разделу II	1200	2254
БАЛАНС	1600	2254
ПАССИВ		
III. Капитал и резервы, в т.ч.		
Уставный капитал	1310	15
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	2115
Итого по разделу III	1300	2130
IV. Долгосрочные обязательства, в т.ч.		
Итого по разделу IV	1400	0
V. Краткосрочные обязательства, в т.ч.		
Кредиторская задолженность	1520	124
Итого по разделу V	1500	124
БАЛАНС	1700	2254

Приложение 8

Таблица 13. – Анализ финансовой устойчивости «ГлавТурОператора» с помощью расчета трех показателей [составлена автором].

Показатель	Расчет показателя	Тыс.руб.
Ес.*	стр. 1300 - стр. 1100	2130
Есд. **	(стр. 1300 + стр. 1400) - стр. 1100	2130
Еобщ. ***	(стр. 1300 + стр. 1400 + стр. 1510) - стр. 1100	2130
Ст ****	[S (Е с); S (Е сд); S (Е об)]	
Функция S (x) определяется: S (x) = 1 при x > 0; S (x) = 0 при x < 0		
Итог: St = [1,1,1] - абсолютная финансовая устойчивость		

* Наличие собственных оборотных средств для формирования запасов и затрат

** Наличие собственных и долгосрочных заемных средств для формирования запасов и затрат

*** Общая величина основных источников формирования запасов и затрат

**** Тип финансовой ситуации по трехкомпонентному показателю

Таблица 14. – Анализ финансовой устойчивости «ГлавТурОператора» с помощью финансовых коэффициентов [составлена автором].

Коэффициент	Автономии	Соотношения заемных и собственных средств	Маневренности	Финансовой зависимости.
Расчет коэффициента	стр. 1300 / стр. 1700	(стр. 1400 + стр. 1500) / стр. 1300	(стр. 1300 – стр. 1100) / стр. 1200	стр. 1300 / (стр. 1400+ стр. 1500)
Оптимальное значение	>0,5	<1	>0,2-0,5	> 0,7-1,0
Полученное значение	0,945	0,058	0,945	17,177

Приложение 9

Таблица 15. – Анализ ликвидности баланса компании «ГлавТурОператор» [составлена автором].

Классификация активов	A1	A2	A3	A4
Расчет группы активов	стр. 1240 + стр. 1250	стр. 1230	стр. 1210 + стр. 1220 + стр. 1230 + стр. 1260	стр. 1110
Характеристика группы активов	Наиболее ликвидные активы – это денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	Быстрореализуемые активы – это краткосрочная дебиторская задолженность	Медленно реализуемые активы – это запасы (без расходов будущих периодов), долгосрочная дебиторская задолженность, НДС и Прочие оборотные активы	Трудно реализуемые активы - это итог раздела «Внеоборотные активы»
Сумма активов, тыс.руб.	859	395	1395	0
Классификация пассивов	П1	П2	П3	П4
Расчет группы пассивов	стр. 1520	стр. 1510 + 1550	стр. 1410+стр.1530	стр. 1300
Характеристика группы пассивов	Наиболее краткосрочные обязательства – это кредиторская задолженность	Краткосрочные обязательства - это краткосрочные заемные средства, кредиты банков и другие займы, прочие обязательства	Долгосрочные обязательства – долгосрочные кредиты и займы, доходы будущих периодов	Постоянные пассивы – это капитал и резервы (собственные средства)
Сумма пассивов, тыс.руб.	124	0	0	2130
Условия ликвидности баланса	$A1 > П1$	$A2 > П2$	$A3 > П3$	$A4 < П4$

Таблица 16. – Оценка платежеспособности на основании финансовых коэффициентов ликвидности [составлена автором].

Коэффициент	Абсолютной ликвидности	Быстрой ликвидности	Текущей ликвидности
Расчет коэффициента	$A1 / (П1+П2)$	$(A1+A2) / (П1+П2)$	$(A1+A2+A3) / (П1+П2)$
Оптимальное значение	$> 0,2-0,7$	$> 0,8-1,0$	$1 < K_{т.л.} < 2$
Полученное значение	6,927	18,177	29,427

Приложение 10

Таблица 18. – Сравнительный анализ компании «ГлавТурОператор» и ее конкурентов [составлена автором].

Критерий сравнения	Турфирмы			
	Группа компаний «ГлавТурОператор»	ООО «Индивидуальный туризм» (INTOURS)	АО «Солеанс-сервис»	ООО «Росси Тур СПб»
График работы офиса	Пн-Пт 10:00-19:00	Пн-Пт 10:00-19:00 Сб - дежурство online 11:00-17:00	Пн-Пт 09:00-19:00 (8:00-9:00 и 19:00-20:00 в режиме колл-центра) СБ-ВС 08:00-17:00 (в режиме колл-центра)	Информация отсутствует
Адрес (близость к метро)	Санкт-Петербург, ул. Адмирала Трибуца, д.8, пом.501 (7-8 км до метро «Автово», «Проспект Ветеранов»)	Санкт-Петербург, Невский пр.,110, оф.4 (140 м от метро «Площадь Восстания»)	Санкт-Петербург, ул. Новгородская, д. 25 (2,2 км до метро «Чернышевская»)	Санкт-Петербург, Пл. Александра Невского, д. 2, БЦ-гостиница Москва, офис 312 (140 м до метро «Площадь Александра Невского»)
Финансовое обеспечение	500 тыс. руб.	500 тыс. руб.	10 млн руб.	500 тыс. руб.
Дата основания (продолжительность работы)	Июль 2009 года (10 лет)	Информация отсутствует	1998	2004
Приоритет делового туризма	Да	Да	Да	Нет
Деловой туризм в России и за рубежом	Да	Да	Да	Да
Предложение инсентив-программ	Да	Да	Да	Да
Подбор экскурсионных программ	Да	Да	Да	Да
Работа с частными клиентами (подбор туров на отдых, горнолыжных туров и т.д.)	Да	Да	Да	Да
Содействие в оформлении виз	Да	Да	Да	Да
Содействие в оформлении страховки	Да	Да	Да	Да
Оформление билетов	Да	Да	Да	Да
Бронирование	Да	Да	Да	Да

проживания				
Сайт	glavtouroperator.ru Интерфейс на 4 языках (русский, английский, японский, китайский); краткая информация деятельности, контакты, адрес с картой; личный кабинет для клиентов; возможность оплаты услуг с помощью электронных денег; свежие новости о проводимых деловых мероприятиях.	intoursspb.ru Краткая информация деятельности, контакты, адрес с картой; онлайн бронирование и заказ авиабилетов; указана стоимость всех услуг, в т.ч. подбор и бронирование услуг для проведения конференций; отсутствие отзывов и новостей о проводимых мероприятиях.	soleans.spb.ru Краткая характеристика всех видов деятельности, контакты, адрес с картой; отзывы клиентов; свежие новости компании и портфолио; интуитивно понятный и современный интерфейс, оплата услуг онлайн.	spbrossitour.com Интерфейс на 4 языках (русский, английский, немецкий, китайский); краткая информация деятельности, контакты, адрес с картой; фотоотчеты о мероприятиях редко обновляются; отдельные вкладки по всем направлениям деятельности; отзывы в виде благодарственных писем; информативные статьи, в т.ч. о достопримечательностях.
Продвижение в социальных сетях	Instargam (ведется, но не рабочая ссылка на сайте); ВКонтакте – не обновляется с августа 2018 года; Facebook – не обновляется с июля 2016 года.	ВКонтакте, Facebook и Instargam (только направление круизов); Twitter – не обновляется с 2014 года)	Facebook; ВКонтакте – не обновляется с февраля 2018 года	ВКонтакте, Facebook; Instargam – не обновляется с ноября 2018 года

Приложение 11

Разработка страниц сайта, посвященных инсентив-турам

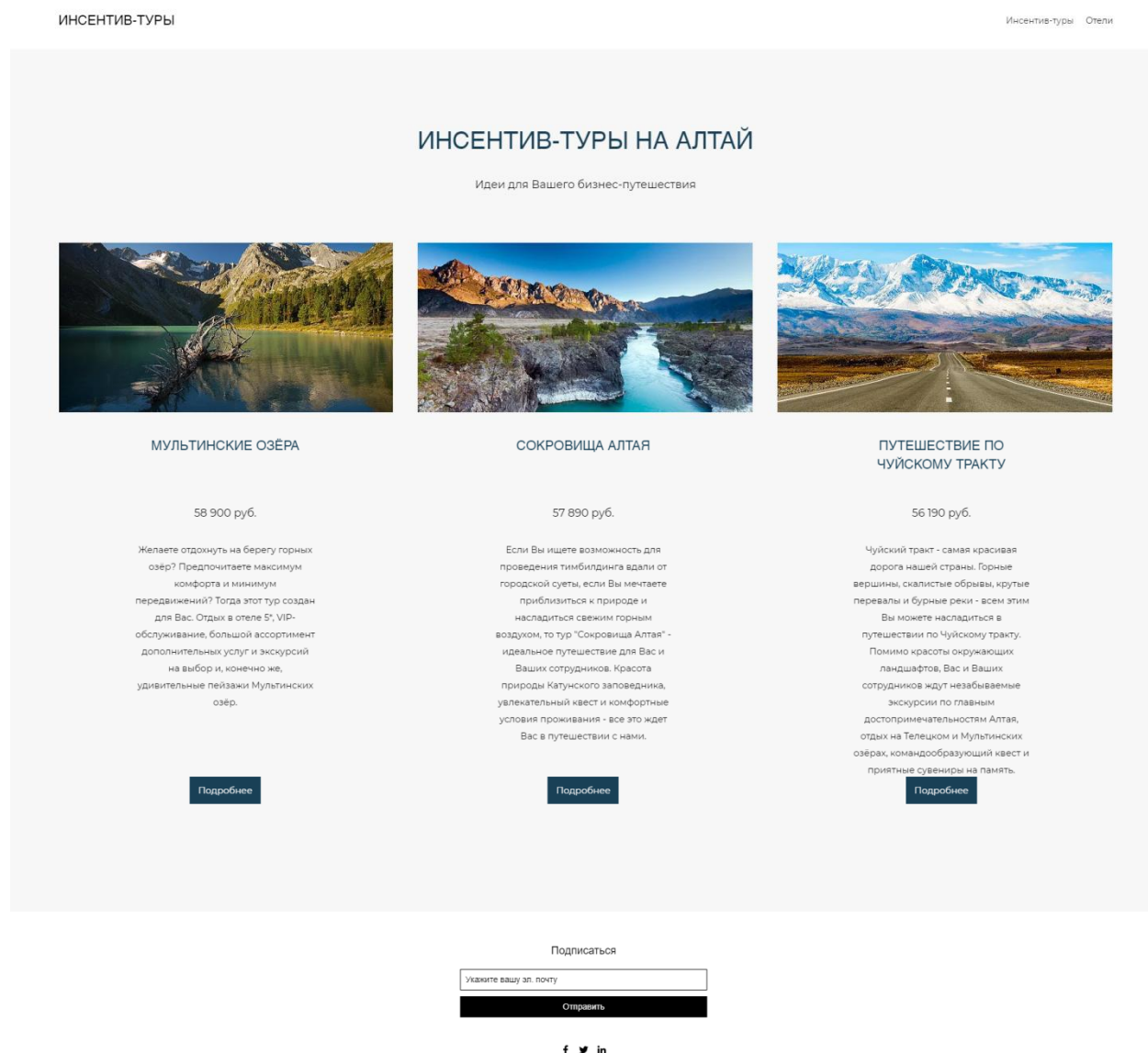


Рисунок 46. – Главная страница сайта.



СОКРОВИЩА АЛТАЯ

от 57 890 руб. / чел.

Если Вы ищете возможность для проведения тимбилдинга вдали от городской суеты, если Вы мечтаете приблизиться к природе и насладиться свежим горным воздухом, то тур "Сокровища Алтая" - идеальное путешествие для Вас и Ваших сотрудников. Красота природы Катунского заповедника, увлекательный квест и комфортные условия проживания - все это ждет Вас в путешествии с нами.



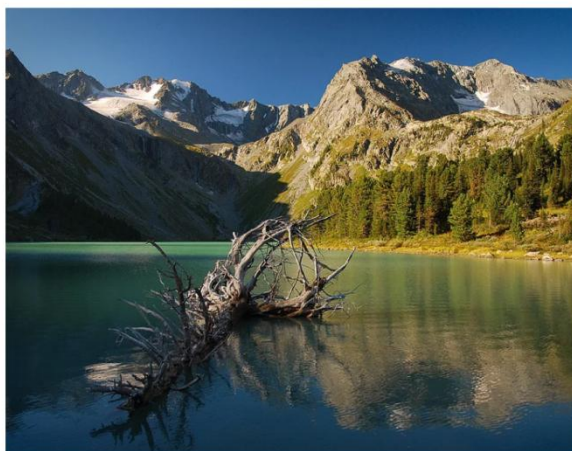
ДЕНЬ 1-й

В первый день Вас встретят в аэропорту г. Горно-Алтайска, откуда Вы доберетесь до с. Усть-Муны (53 км) и разместитесь в **зао-отеле "Алтида"**. Позавтракав в ресторане отеля и отдохнув после перелета, Вы сможете посетить Зубровый питомник (27 км от отеля), где под охраной находятся животные, занесенные в Красную книгу. Обед и ужин в ресторане отеля à la carte **оплачивается самостоятельно.**



ДЕНЬ 2-й

Во второй день путешествия для Вас подготовлена экскурсия к знаменитой Денисовской пещере и каскаду Шинонских водопадов (около 148 км в дороге, из которых 5 км Вы пройдете пешком - до первого водопада). После экскурсии предусмотрен обед на турстойке на р. Шинюк. К вечеру Вы доберетесь до туркомплекса "Мультиинские озера" в п. Замульта (210 км). По желанию - посещение мараловодческого хозяйства. Ужин в кафе на турбазе **оплачивается самостоятельно.**



ДЕНЬ 3-й

После завтрака на турбазе Вы отправитесь к Мультиинским озерам. До Нижнего озера проводится "заброска" на внедорожниках, далее начинается пеший тур. На расстоянии 6 км от Нижнего озера находится Среднее озеро, на берегу которого будет организован обед. Далее Вы совершите радиальный выход к Верхнему озеру (около 12 км в одну сторону), которое является частью Катунского природного заповедника. Именно на его территории Вас и Ваших сотрудников ждет увлекательный квест. К вечеру Вы вернетесь на турбазу на берегу Нижнего озера. Питание на протяжении дня полностью включено в стоимость тура.

Рисунок 47 – Страница инсентив-тура «Сокровища Алтая» (часть 1-я).



ДЕНЬ 4-Й

Отдых на Мультиинских озёрах. Вы можете купаться и загорать на берегу Нижнего озера либо продолжить квест, при котором одна команда с проводником отправляется на оз. Поперечное (13 км), вторая – на оз. Крепкое (12 км). Питание на протяжении дня полностью включено в стоимость.



ДЕНЬ 5-Й

После завтрака на турбазе - возвращение в п. Замульта и переезд в с. Верх-Уймон (25 км). В Верх-Уймоне Вы можете посетить один из музеев на выбор: музей Н.К. Рериха или музей Старообрядчества. Обед в кафе в Усть-Коксе (15 км от Верх-Уймона) **оплачивается самостоятельно**. После обеда Вас ждет переезд в Уч-Энмек, размещение на турбазе (в гостинице либо в национальных аилах). Национальный ужин на территории турбазы входит в стоимость тура.



ДЕНЬ 6-Й

В шестой день путешествия Вы отправитесь в увлекательную экскурсию в этно-природном парке Уч-Энмек по священной Каракольской долине. После обеда на турбазе предстоит дорога в Урлу-Аспак с остановкой на Семинском перевале (35 км от Уч-Энмека). На перевале Вы сможете не только насладиться захватывающими видами горных пейзажей, но и приобрести различную сувенирную продукцию. Добравшись до с. Урлу-Аспак (188 км от Семинского перевала), Вы разместитесь в отеле «Алтай Резорт». Ужин в ресторане отеля à la carte **оплачивается самостоятельно**.



ДЕНЬ 7-Й

Отдых на территории отеля. Этот день Вы можете посвятить корпоративным мероприятиям, семинарам и другим деловым встречам либо отправиться на вертолетную экскурсию к священной горе Алтай - Белухе, покатайтесь на квадроциклах, отправиться на рыбалку, поиграть в пейнтбол или же принять участие в сплаве по горным рекам Алтай. Все грани удовольствия на Ваш выбор! Обед и ужин в ресторане отеля à la carte **оплачивается самостоятельно**.

Рисунок 48. – Страница инсентив-тура «Сокровища Алтая» (часть 2-я).



ДЕНЬ 8-Й

Ранний выезд в аэропорт г. Горно-Алтайска (40 км от отеля).



ВХОДИТ В СТОИМОСТЬ

- Одноместное размещение в отелях с завтраками (номера категории делюкс, суперIOR, полулюкс, люкс)
- Размещение в одно- и двухместных домиках на берегу Нижнего озера
- Питание в туркомплексе на Мультиинских озёрах (завтрак, обед, ужин)
- Транспортное обслуживание по программе
 - Экскурсионное обслуживание
- Входные билеты в музеи и в питомник
 - Организация квеста



ОПЛАЧИВАЕТСЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНО

- Билеты до г. Горно-Алтайска и обратно
- Питание, не включенное в программу (обеды и ужины в ресторане отелей и в кафе à la carte)
 - Баня (2500 руб./2 часа)
- Посещение мараловодческой фермы (100 руб./чел.)
 - Аренда квадроцикла (2500 руб./сутки)
- Рыбалка с доставкой на вертолете (от 60 тыс. руб. для группы до 8 чел.)
 - Аренда квадроцикла (2000 руб./час)
 - Пейнтбол (600 руб./чел.)
- Сплавы на рафтах и байдарках (5000 руб./чел.)
 - Вертолетные экскурсии (от 700 тыс. для группы от 6 чел.)

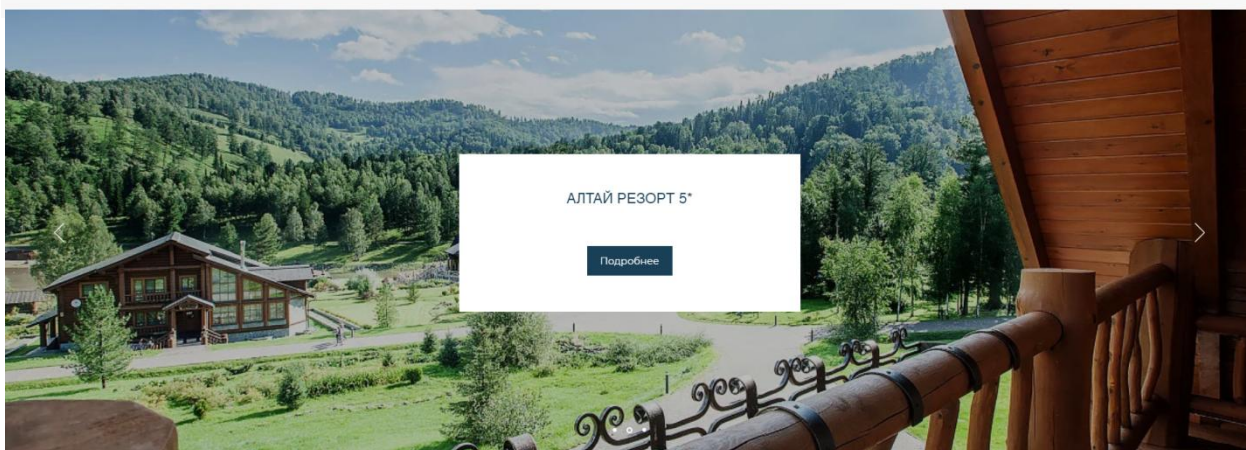
Рисунок 49. – Страница инсентив-тура «Сокровища Алтая» (часть 3-я).

ИНСЕНТИВ-ТУРЫ

Инсентив-туры Отели

РАЗМЕЩЕНИЕ НА АЛТАЕ

Желаете посмотреть на исторические руины или прогуляться по хипстерским кварталам? Обращайтесь. У меня есть множество предложений на любой вкус. Инсентив-туры поможет вам сойти с проторенных туристических маршрутов. Забронируйте индивидуальный или групповой тур и свяжитесь со мной, если у вас возникнут какие-либо вопросы.



АЛТАЙ РЕЗОРТ 5*

Подробнее

Подписаться

укажите вашу эл. почту

Отправить

Рисунок 50. – Страница с размещением.

ПРИРОДНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС «АЛТАЙ РЕЗОРТ»

Место для сильных, волевых людей, принимающих ответственные решения.

«Алтай Резорт» - первый в Горном Алтае курортный комплекс премиум-класса, получивший пять звезд. Здесь все — от обстановки до обслуживания — говорит само за себя. Гости комплекса всегда могут рассчитывать на сервис высочайшего уровня.

Комплекс находится в долине потрясающей красоты, всего в 40 км от Горно-Алтайска. Но у каждого, кто посетил его, создается ощущение, что он находится в сотнях километрах от цивилизации, в окружении нетронутой природы с чистейшим воздухом, водой, ароматом тайги.

Отель обеспечивает высочайший уровень сервиса и наличие всего необходимого для полноценного отдыха.

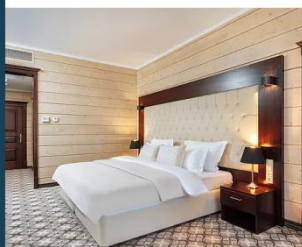


НОМЕРА

СУПЕРИОР

8 000 руб.

Однокомнатный номер с двуспальной кроватью (36 кв. м) выполнен в соответствии с общей концепцией комплекса. В отделке использовано натуральное дерево и ткани, а в интерьере преобладают мягкие пастельные тона, чтобы не отвлекать внимание от живописных видов за окном. Номера-коннекторы позволяют удобно расположиться большим группам гостей. Три номера предусмотрены для маломобильных групп населения.



ДЕЛЮКС

9 000 руб.

Однокомнатный номер (26,8 кв. м) в стиле прованс с двуспальной кроватью, двумя креслами, деревянным комодом и тумбочками. Дизайн выполнен в пастельных тонах. Светлая деревянная мебель с эффектом состаривания отличается французским изяществом. Благодаря большим окнам в Делюксе всегда много света. Мебель и предметы интерьера выполнены из натуральных материалов, а все ткани натуральные и приятные на ощупь.



ПОЛУЛЮКС

13 000 руб.

Однокомнатный номер с двуспальной кроватью (40 кв. м). Дизайн этого номера выполнен в современном эко-стиле с использованием экологически чистых материалов.



ЛЮКС

17 000 руб.

Двухкомнатный двухместный номер (45 кв. м). Мебель и предметы интерьера выполнены из натуральных материалов, дизайнерские подушки и шторы приятно дополняют




Рисунок 51. – Страница отеля «Алтай Резорт» (часть 1-я).

КОТТЕДЖ АПАРТАМЕНТЫ

50 000 руб.

Двухэтажный коттедж на два номера (169 кв. м)

Современный деревянный коттедж в старорусском стиле из массива кедра. На открытой террасе расположена плетеная мебель из ротанга. Предметы интерьера и мебель выполнены из натуральных материалов. На первом этаже располагается гостиная с камином и шкурой настоящего медведя, кухня и обеденная зона, а на втором — две спальни и две просторные ванные комнаты.




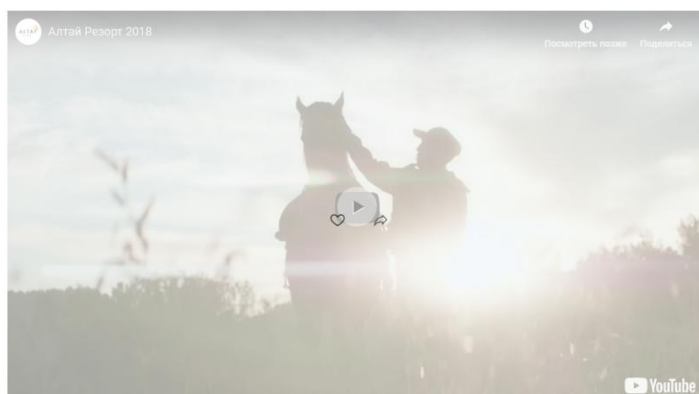
КОТТЕДЖ ГРАНД ЛЮКС

70 000 руб.

Двухэтажный коттедж на два номера (224 кв. м)

Современный деревянный коттедж в стиле королевского охотничьего домика с современными элементами отделки и дизайнерскими предметами интерьера. Мебель из ценных пород дерева, просторная светлая ванная, натуральные ткани и большой камин создают царский комфорт. На открытой террасе расположена плетеная мебель из ротанга.





Подписаться

Укажите вашу эл. почту

Отправить

Рисунок 52. – Страница отеля «Алтай Резорт» (часть 2-я).

Приложение 12

Таблица 29. – Расчет индивидуальных и групповых расходов варианта тура №1
[составлена автором].

Индивидуальные расходы				
Проживание	Кол-во ночей	Кол-во номеров	Цена, руб./чел.	Стоимость, руб.
Отель Алтика				
DBL одноместный с завтраком	1	8	5000,00	40000,00
Ранний заезд		8	2500,00	20000,00
Полулюкс с завтраком	1	2	8500,00	17000,00
Ранний заезд		2	4250,00	8500,00
Туркомплекс "Мультиинские озера"				
Номер с удобствами одноместный (п.Замульта)	1	10	2000,00	20000,00
Домик на берегу Нижнего оз. (одноместное размещение)	1	2	2500,00	5000,00
Домик на берегу Нижнего оз. (двухместное размещение)	1	4	2000,00	8000,00
Уч-Энмек				
DBL одноместный	1	5	1200,00	6000,00
Аил на 5 чел	1	1	2500,00	2500,00
Алтай Резорт				
Делюкс	0	0	6000,00	0,00
Супериор с завтраком	2	8	8000,00	128000,00
Люкс с завтраком	2	2	13000,00	52000,00
Всего:				307000,00
Питание		Кол-во чел	Цена, руб./чел.	Стоимость, руб.
День 1й				
Завтрак в отеле		10	1000,00	10000,00
День 2й				
Обед		10	250,00	2500,00
День 3й				
Завтрак		10	250,00	2500,00
Обед		10	200,00	2000,00
Ужин		10	400,00	4000,00
День 4й				
Завтрак		10	250,00	2500,00
Обед		10	200,00	2000,00
Ужин		10	400,00	4000,00
День 5й				
Завтрак		10	250,00	2500,00
Ужин (нац. блюда)		10	800,00	8000,00

День 6й				
Завтрак		10	250,00	2500,00
Обед		10	300,00	3000,00
Всего:				45500,00
Итого индивидуальные расходы:				352500,00
Групповые расходы				
	Кол-во дней	Цена, руб.	Стоимость, руб.	
Аренда автобуса	7	10000,00	70000,00	
Гид	7	3500,00	24500,00	
Проживание гида и водителя	7	19200,00	38400,00	
Питание гида и водителя	7	4550,00	9100,00	
Трансфер до Горно-Алтайска	1	0,00	0,00	
	Кол-во чел.	Цена, руб.	Стоимость, руб.	
Посещение питомника	10	250,00	2500,00	
Заброска на Шинокские вдп	12	500,00	6000,00	
Заброска на Мультиинские озера	12	1300,00	15600,00	
Билеты в музей	10	200,00	2000,00	
Буклеты для квеста	10	100,00	1000,00	
Сувениры/подарки за квест	10	150,00	1500,00	
Экскурсия в Уч-Энмек	10	300,00	3000,00	
Итого групповые расходы:			173600,00	

Таблица 30. – Расчет индивидуальных и групповых расходов варианта тура №2
[составлена автором].

Индивидуальные расходы				
Проживание	Кол-во ночей	Кол-во номеров	Цена, руб./чел.	Стоимость, руб.
Отель Алтика				
DBL одноместный с завтраком	2	8	5000,00	80000,00
Ранний заезд		8	2500,00	20000,00
Полулюкс с завтраком	2	2	8500,00	34000,00
Ранний заезд		2	4250,00	8500,00
Туркомплекс "Мультиинские озера"				
Домик на берегу Нижнего оз. (одноместное размещение)	2	2	2500,00	10000,00
Домик на берегу Нижнего оз. (двухместное размещение)	2	4	2000,00	16000,00
Уч-Энмек				
DBL одноместный	1	5	1200,00	6000,00
Аил на 5 чел	1	1	2500,00	2500,00
Алтай Резорт				
Делюкс	0	0	6000,00	0,00

Супериор с завтраком	2	8	8000,00	128000,00
Люкс с завтраком	2	2	13000,00	52000,00
Всего:				357000,00
Питание		Кол-во чел	Цена, руб./чел.	Стоимость, руб.
День 1й				
Завтрак в отеле		10	1000,00	10000,00
День 2й				
Завтрак в отеле		10	0,00	0,00
День 3й				
Завтрак в отеле		10	0,00	0,00
Ужин		10	400,00	4000,00
День 4й				
Завтрак		10	250,00	2500,00
Обед		10	200,00	2000,00
Ужин		10	400,00	4000,00
День 5й				
Завтрак		10	250,00	2500,00
Обед		10	300,00	3000,00
Ужин (нац. блюда)		10	800,00	8000,00
День 6й				
Завтрак		10	250,00	2500,00
День 7й				
Завтрак в отеле		10	0,00	0,00
День 8й				
Завтрак в отеле		10	0,00	0,00
Всего:				38500,00
Итого индивидуальные расходы:				395500,00
Групповые расходы				
		Кол-во дней	Цена, руб.	Стоимость, руб.
Аренда автобуса		7	10000,00	70000,00
Гид		7	3500,00	24500,00
Проживание гида и водителя		7	24700,00	49400,00
Питание гида и водителя		7	3850,00	7700,00
Трансфер до Горно-Алтайска		1	0,00	0,00
		Кол-во чел.	Цена, руб.	Стоимость, руб.
Билеты в музей		10	200,00	2000,00
Заброска на Мультиинские озера		12	1300,00	15600,00
Буклеты для квеста		10	100,00	1000,00
Сувениры/подарки за квест		10	150,00	1500,00
Экскурсия в Уч-Энмек		10	300,00	3000,00

Посещение мараловодческой фермы	10	100,00	1000,00
Итого групповые расходы:			175700,00

Таблица 31. – Расчет индивидуальных и групповых расходов варианта тура №3
[составлена автором].

Индивидуальные расходы				
Проживание	Кол-во ночей	Кол-во номеров	Цена, руб./чел.	Стоимость, руб.
Отель Алтика				
DBL одноместный с завтраком	1	8	5000,00	40000,00
Ранний заезд		8	2500,00	20000,00
Полулюкс с завтраком	1	2	8500,00	17000,00
Ранний заезд		2	4250,00	8500,00
Туркомплекс "Мультиинские озера"				
Домик на берегу Нижнего оз. (одноместное размещение)	2	2	2500,00	10000,00
Домик на берегу Нижнего оз. (двухместное размещение)	2	4	2000,00	16000,00
Уч-Энмек				
DBL одноместный	1	5	1200,00	6000,00
Аил на 5 чел	1	1	2500,00	2500,00
Кырсай				
Одноместное размещение	1	8	2500,00	20000,00
Алтай Вилладж				
Шале classic с завтраком	2	10	8900,00	178000,00
Всего:				318000,00
		Кол-во чел	Цена, руб./чел.	Стоимость, руб.
Питание				
День 1й				
Завтрак в отеле		10	1000,00	10000,00
День 2й				
Завтрак в отеле		10	0,00	0,00
Ужин		10	400,00	4000,00
День 3й				
Завтрак		10	250,00	2500,00
Обед		10	200,00	2000,00
Ужин		10	400,00	4000,00
День 4й				
Завтрак		10	250,00	2500,00
Обед		10	300,00	3000,00
Ужин (нац. блюда)		10	800,00	8000,00
День 5й				

Завтрак		10	250,00	2500,00
День 6й				
Завтрак		10	250,00	2500,00
День 7й				
Завтрак в отеле		10	0,00	0,00
День 8й				
Завтрак в отеле		10	0,00	0,00
Всего:				41000,00
Итого индивидуальные расходы:				359000,00
Групповые расходы				
	Кол-во дней	Цена, руб.	Стоимость, руб.	
Аренда автобуса	6	10000,00	60000,00	
Гид	7	3500,00	24500,00	
Проживание гида и водителя	7	25100,00	41300,00	
Питание гида и водителя	7	4100,00	8200,00	
Трансфер по Телецкому озеру	1	16500,00	16500,00	
Трансфер до Горно-Алтайска	1	0,00	0,00	
	Кол-во чел.	Цена, руб.	Стоимость, руб.	
Посещение мараловодческой фермы	10	100,00	1000,00	
Заброска на Мультиинские озера	12	1300,00	15600,00	
Билеты в музей	10	200,00	2000,00	
Буклеты для квеста	10	100,00	1000,00	
Сувениры/подарки за квест	10	150,00	1500,00	
Экскурсия в Уч-Энмек	10	300,00	3000,00	
Итого групповые расходы:			150500,00	

Таблица 32. – Расчет индивидуальных и групповых расходов варианта тура №4
[составлена автором].

Индивидуальные расходы				
Проживание	Кол-во ночей	Кол-во номеров	Цена, руб./чел.	Стоимость, руб.
Отель Алтика				
DBL одноместный с завтраком	1	8	5000,00	40000,00
Ранний заезд		8	2500,00	20000,00
Полулюкс с завтраком	1	2	8500,00	17000,00
Ранний заезд		2	4250,00	8500,00
Туркомплекс "Мультиинские озера"				
Домик на берегу Нижнего оз. (одноместное размещение)	2	2	2500,00	10000,00
Домик на берегу Нижнего оз. (двухместное размещение)	2	4	2000,00	16000,00
Уч-Энмек				

DBL одноместный	1	5	1200,00	6000,00
Аил на 5 чел	1	1	2500,00	2500,00
Кырсай				
Одноместное размещение	1	8	2500,00	20000,00
Алтай Вилладж				
Шале classic с завтраком	2	10	8900,00	178000,00
Всего:				318000,00
Питание		Кол-во чел	Цена, руб./чел.	Стоимость, руб.
День 1й				
Завтрак в отеле		10	1000,00	10000,00
День 2й				
Завтрак в отеле		10	0,00	0,00
Ужин		10	400,00	4000,00
День 3й				
Завтрак		10	250,00	2500,00
Обед		10	200,00	2000,00
Ужин		10	400,00	4000,00
День 4й				
Завтрак		10	250,00	2500,00
Обед		10	300,00	3000,00
Ужин (нац. блюда)		10	800,00	8000,00
День 5й				
Завтрак		10	250,00	2500,00
День 6й				
Завтрак		10	250,00	2500,00
День 7й				
Завтрак в отеле		10	0,00	0,00
День 8й				
Завтрак в отеле		10	0,00	0,00
Всего:				41000,00
Итого индивидуальные расходы:				359000,00
Групповые расходы				
		Кол-во дней	Цена, руб.	Стоимость, руб.
Аренда автобуса		6	10000,00	60000,00
Гид		7	3500,00	24500,00
Проживание гида и водителя		7	24600,00	40300,00
Питание гида и водителя		7	3700,00	7400,00
Трансфер по Телецкому озеру		1	16500,00	16500,00
Трансфер до Горно-Алтайска		1	0,00	0,00
		Кол-во чел.	Цена, руб.	Стоимость, руб.

Заброска на Мультиинские озера	12	1300,00	15600,00
Билеты в музей	10	200,00	2000,00
Буклеты для квеста	10	100,00	1000,00
Сувениры/подарки за квест	10	150,00	1500,00
Экскурсия в Уч-Энмек	10	300,00	3000,00
Итого групповые расходы:			148700,00

Приложение 13

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ТУРИСТСКОГО ПУТЕШЕСТВИЯ

на июнь 2019 г.

Маршрут путешествия: активный инсентив-тур «Сокровища Алтая»

наименование и вид маршрута

Протяженность маршрута 1106 км

Продолжительность путешествия 8 дней / 7 ночей

Число туристов в группе (рекомендуемое) 10 чел.

Стоимость (ориентировочная) 56390 руб./чел.

Программа обслуживания туристов в путешествии по маршруту «Сокровища Алтая»

Населенные пункты, расстояния между ними	Наименование объектов туристской индустрии, оказывающих услуги размещения, и условия размещения	Запланированные экскурсионные услуги.	Перевозка туристов	Другие услуги (дополнительно оплачиваемые)
Горно-Алтайск – Усть-Муны (Р-256, 53 км) – Черга (Р-256, 27 км) – Усть-Муны (Р-256, 27 км)	Эко-отель «Алтика» в Усть-Муны, номера категории DBL (одноместный с завтраком), полулюкс (с завтраком)	Экскурсия в Чергинский зубровый питомник	Аренда микроавтобуса	Билеты до Горно-Алтайска. Обед и ужин в отеле.
Усть-Муны – Денисовская пещера (Р-369, 132 км) – Шинокские водопады (16 км) – Замульта (Р-373, 210 км)	Туркомплекс «Мультиинские озёра» в п. Замульта, одноместные номера (с удобствами)	Экскурсия в Денисовской пещере и на Шинокских водопадах.	Аренда микроавтобуса. Заброска на Шинокские водопады на внедорожниках (джипы, УРАЛ или ГАЗ-66).	Обед в придорожном кафе. Посещение мараловодческой фермы. Ужин на турбазе.
Замульта – Нижнее Мультиинское озеро (18 км) – Среднее озеро (6 км) –	Туркомплекс «Мультиинские озёра» на берегу нижнего озера, размещение в	Экскурсия на озёрах и квест в Катунском заповеднике.	Заброска на Нижнее озеро на внедорожниках (джипы, УРАЛ или ГАЗ-66).	Катамараны на Нижнем озере.

Верхнее озеро (12 км) – турбаза на Нижнем озере (18 км)	отдельных одно- и двухместных домиках.		Далее – пеший тур.	
Радиальный выход на оз. Поперечное (13 км) либо на оз. Крепкое (12 км)	Туркомплекс «Мультиинские озёра» на берегу нижнего озера, размещение в отдельных домиках.	Экскурсия на озёрах, квест.	Пеший тур.	Катамараны на Нижнем озере.
Нижнее озеро – Замульта (18 км) – Верх-Уймон (25 км) – Усть-Кокса (15 км) – Уч-Энмек (Р-373, Р-256, 240 км)	Турбаза «Уч-Энмек», размещение в гостиницах в номерах категории DBL одноместный либо в пятиместном национальном аиле.	Экскурсии в музее Н.К.Рериха либо в музее Старообрядчества в Верх-Уймоне.	Возвращение в п. Замульта на внедорожниках. Аренда микроавтобуса.	Обед в Усть-Коксе.
Уч-Энмек – Семинский перевал (Р-256, 35 км) – Урлу-Аспак (Р-256, 188 км)	Отель «Алтай Резорт» в Урлу-Аспак, номера категории супериор (одноместный с завтраком), люкс (с завтраком).	Экскурсия в этно-природном парке «Уч-Энмек» по священной Каракольской долине. Экскурсия на Семинском перевале.	Аренда микроавтобуса.	Покупка сувенирной продукции на Семинском перевале. Ужин в ресторане отеля.
Урлу-Аспак	Отель «Алтай Резорт» в Урлу-Аспак, номера категории супериор (одноместный с завтраком), люкс (с завтраком).			Выбор дополнительной экскурсии. Услуги отеля.
Урлу-Аспак – Горно-Алтайск (40 км)			Трансфер	

Визовая поддержка и оформление въездных и выездных: не требуется.

Размещение туристов осуществляется следующими средствами размещения: эко-отель «Алтика» (Усть-Муны), туркомплекс «Мульти́нские озёра» (п. Замульта, берег Нижнего озера), турбаза «Уч-Энмек», отель «Алтай Резорт 5*» (Урлу-Аспак).

Перевозки осуществляются с помощью компании по аренде автобусов «Альбатрос». Организация «заброски» на ГАЗ-66 на Шино́кские водопады (поставщик – турбаза «на Аиле») и на Мульти́нские озёра (поставщик – туркомплекс «Мульти́нские озёра»). Трансфер до аэропорта Горно-Алтайска организует отель «Алтай Резорт».

Питание туристов осуществляется на базе ресторанов отелей и кафе в туркомплексах по программе. В походных условиях гид-проводник занимается приготовлением пищи.

Краткое описание путешествия: активный инсентив-тур «Сокровища Алтая» – отдых на Мульти́нских озёрах, которые являются частью Катунского заповедника, участие в увлекательном квесте, знакомство с растительным и животным миром, экскурсии к священным местам Алтая, а также возможность переночевать в традиционных алтайских жилищах – аилах – и попробовать национальную кухню. Продолжительность маршрута составляет 8 дней и 7 ночей (утром 8-го дня вылет из аэропорта в Горно-Алтайске). Общая протяженность маршрута составит 1106 км, из которых около 70 км – пеший тур. Оставшееся расстояние преодолевается на комфортном микроавтобусе, а также на внедорожниках ГАЗ-66. Тур «Сокровища Алтая» предлагает комфортное проживание, высокое качество услуг и большой выбор дополнительных экскурсий.

Приложение 14

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЛИСТОК

Республика Алтай, расположенная на юге Западной Сибири, представляет собой сочетание различных ландшафтов и уникальных природных комплексов. Алтай – живописные пейзажи, разнообразная флора и фауна, уникальная культура местных народов и прекрасное место для отдыха. В Горном Алтае можно насладиться свежим воздухом, ароматом хвойных лесов и чистотой горных озер.

«Золотые горы Алтая» – объект Всемирного наследия ЮНЕСКО, который включает три отдельных участка: Алтайский заповедник с водоохранной зоной Телецкого озера, Катунский заповедник, включая природный парк Белуха, и плато Укок. Суммарная площадь составляет 1,64 млн. га. Район демонстрирует самый широкий в пределах Центральной Сибири спектр высотных поясов: от степей, лесостепей и смешанных лесов до субальпийских и альпийских лугов и ледников. Территория является местообитанием исчезающих животных, таких как снежный барс (ирбис).

Активный тур «Сокровища Алтая» – отдых на Мультинских озёрах, которые являются частью Катунского заповедника, участие в увлекательном квесте, знакомство с растительным и животным миром, экскурсии к священным местам Алтая, а также возможность переночевать в традиционных алтайских жилищах – аилах – и попробовать национальную кухню.

Путешествие по Республике Алтай позволит Вам окунуться в мир неповторимой природы и красоты Горного Алтая. Продолжительность маршрута составляет 8 дней и 7 ночей (утром 8-го дня вылет из аэропорта в Горно-Алтайске). Общая протяженность маршрута составит 1106 км, из которых около 70 км Вы сможете пройти пешком. Оставшееся расстояние Вы преодолеете на комфортном микроавтобусе, а также на внедорожниках ГАЗ-66. Вас ждет комфортное проживание, высокое качество услуг и большой выбор дополнительных экскурсий.

В стоимость тура входит проживание и питание по программе тура, транспортное обслуживание, услуги гида, входные билеты в музеи и экскурсионное обслуживание по программе, проведение квеста, аренда необходимого снаряжения для приготовления пищи в походных условиях, групповая аптечка. За дополнительную плату Вы можете заказать билеты до Горно-Алтайска, посетить мараловодческую ферму (100 руб./чел.), арендовать квадрокоптер (2500 руб./сутки), заказать баню (2500 руб./2 часа) и дополнительные экскурсии в свободное время. Обратите внимание, что стоимость

питания, не включенного в программу (обеды и ужины в отеле по меню, питание в кафе на турбазах), НЕ входит в стоимость тура.

Перечень дополнительных экскурсий

Наименование услуги	Описание услуги	Средняя стоимость услуги
Водные экскурсии	Сплавы на рафтах и байдарках по Катунь и Бии. Дополнительные экскурсии к водопадам.	5000 руб./чел.
Рыбалка	Алтай – идеальное место для рыбалки. Более 7 тыс. озер с разнообразной рыбой. Рыбалка на хариуса ведется почти круглый год на Телецком озере, на Тальменном озере, на реках Катунь, Бия, Чуя, Иня и многих других. Возможна доставка до удаленных мест на вертолете.	Телецкое озеро (от 1 часа) – 15 000 руб./час (до 8 чел.) Устья рек Большие и Малые Чили (от 6 часов) – 60 000 руб. (до 8 чел.) Тальменное озеро (от 7 часов) – 400 000 руб. (с доставкой на вертолете, до 5 чел.).
Аренда квадроциклов	Один из вариантов проведения активного отдыха – трассы по живописным окрестностям, чистый воздух, всплеск адреналина, экскурсии к труднодоступным местам – все то, что надолго оставит воспоминания об отдыхе.	2000 руб./час (двухместный квадроцикл)
Пейнтбол	Командная игра для сплочения коллектива и возможность выпустить пар.	600 руб./чел.
Дайвинг на Телецком озере (3 ч)	Телецкое озеро овеяно множеством легенд, и часть из них связана с тем, что скрывается на глубине под толщей воды.. Интересный подводный ландшафт и кристальная прозрачность воды делают плавание с аквалангом в Телецком озере увлекательным событием.	1 чел. – 25000 руб. 2 чел. – 36000 руб. 3 чел. – 50000 руб. 4 чел. – 61000 руб.
Экскурсии на катере по Телецкому озеру	Телецкое озеро расположено на территории Алтайского заповедника, который является частью объекта всемирного наследия ЮНЕСКО «Золотые горы Алтая». Большой выбор экскурсий по Телецкому – возможность познакомиться с красотой заповедника, водопадами, животным и растительным миром.	4-8 часов – 50-80 000 руб. (до 8 чел.)
Вертолетные экскурсии	Вертолетные экскурсии позволяют посетить такие уникальные места Алтая, как священная гора Белуха и озеро Аккем, Шавлинские и Каракольские озера, гора Актру, плато Укок, марсианские пейзажи Алтая.	От 700 тыс.

Стоит помнить, что Алтай является местом обитания клещей. Лучшим средством защиты от заражения клещевым энцефалитом является прививка, сделанная заблаговременно (минимум – за месяц до путешествия). Во время путешествия рекомендуется использовать от клещей специальные аэрозоли, а также ежедневно проводить осмотр. При обнаружении клеща сообщить об этом гида-проводнику.

Рекомендуем взять теплые вещи (свитер, куртка, шапка, перчатки), удобную одежду и обувь для передвижения, непромокаемый мешок (полиэтиленовый пакет) для ценных вещей, купальный костюм, головной убор от солнца, солнцезащитный крем и солнцезащитные очки, индивидуальные лекарственные средства, фотоаппарат и аккумулятор.

Вас ждет увлекательное путешествие к «Сокровищам Алтая», в ходе которого Вы посетите различные природные памятники, отправитесь в пеший тур к горным Мультинским озёрам, сможете полюбоваться звездным небом в горах, познакомитесь с уникальной природой Катунского заповедника и, конечно же, сможете насладиться неповторимыми видами Горного Алтая. И все это – без вреда для природы! Отдых в горах Алтая дает огромный запас бодрости, сибирское здоровье и отличное настроение на весь год.

Приложение 15

ПАСПОРТ ТРАССЫ ТУРИСТСКОГО ПОХОДА

1. Вид туризма: активный инсентив-тур.

Основные пункты маршрута: Горно-Алтайск, Усть-Муны, Мульти́нские озёра, Уч-Э́нмек, Урлу-Аспак.

Протяженность: 1106 км

Продолжительность: 8 дней / 7 ночей

Число туристов в группе: 10 чел.

2. План прохождения трассы туристского похода

День пути	Участки трассы	Протяженность, км	Способ передвижения
1-й день	Горно-Алтайск – Усть-Муны – Черга – Усть-Муны	107	Микроавтобус
2-й день	Усть-Муны – Денисовская пещера – Шинокские водопады – Замульта	358	Микроавтобус (5 км пешком до водопадов)
3-й день	Замульта – Нижнее Мульти́нское озеро – Среднее озеро – Верхнее озеро – Нижнее озеро	54	ГАЗ-66 (18 км до Нижнего озера), пешком
4-й день	Нижнее озеро – Поперечное озеро – Нижнее озеро	26	Пешком
5-й день	Нижнее озеро – Замульта – Верх-Уймон – Усть-Кокса – Уч-Э́нмек	298	ГАЗ-66 (18 км до п. Замульта), микроавтобус
6-й день	Уч-Э́нмек – Семинский перевал – Урлу-Аспак	223	Микроавтобус
7-й день			
8-й день	Урлу-Аспак – Горно-Алтайск	40	Трансфер

Итого: 1106 км (из них 72 км пешком; 58 км – на внедорожниках, 976 км – на микроавтобусе).

3. Схема трассы похода



4. Сведения о климате в районах трассы похода

Месяцы	Район Горно-Алтайска			Район Мультинских озёр		
	Средняя температура, °С	Средняя скорость ветра, м/с	Среднее кол-во осадков, мм	Средняя температура, °С	Средняя скорость ветра, м/с	Среднее кол-во осадков, мм
Январь	-14,2	1,0	16	-14,8	0,7	14
Февраль	-13,3	1,0	16	-14,2	0,7	14
Март	-5,8	1,4	16	-7,2	1,6	15
Апрель	4,5	1,4	29	2,9	1,6	31
Май	12,8	1,4	57	11	1,6	59
Июнь	18,5	1,3	62	16,5	1,4	65
Июль	20,3	1,3	73	18,3	1,4	77
Август	17,8	1,3	67	16	1,4	70
Сентябрь	12,2	1,3	47	10,6	1,1	49
Октябрь	3,9	1,3	41	2,3	1,1	42

Ноябрь	-5,7	1,3	26	-7	1,1	26
Декабрь	-12,6	1,0	22	-13,3	0,7	21

5. Туристское снаряжение:

- а) предоставляемое туристской организацией: костровое снаряжение (все необходимое для приготовления пищи на костре и газовой переносной плите);
- б) туристам необходимо иметь с собой: теплую одежду, удобную и практичную обувь для передвижения.

Приложение 16

АНКЕТА

1. Бывали ли Вы ранее в Горном Алтае?

☐ Да, однажды ☐ Да, более одного раза ☐ Нет, приехал(а) впервые

2. Пользовались ли Вы услугами нашей компании ранее?

☐ Да ☐ Нет

3. Как Вы оцениваете качество предоставленных услуг размещения в отеле «Алтика»?

☐ Отлично ☐ Хорошо ☐ Удовлетворительно ☐ Плохо

4. Как Вы оцениваете качество предоставленных услуг размещения в отеле «Алтай Резорт»?

☐ Отлично ☐ Хорошо ☐ Удовлетворительно ☐ Плохо

5. Как Вы оцениваете качество предоставленных услуг размещения в туркомплексе «Мультиинские озёра»?

☐ Отлично ☐ Хорошо ☐ Удовлетворительно ☐ Плохо

6. Как Вы оцениваете качество предоставленных услуг размещения на турбазе «Уч-Энмек»?

☐ Отлично ☐ Хорошо ☐ Удовлетворительно ☐ Плохо

7. Как Вы оцениваете качество питания на Мультиинских озёрах (по 5-балльной шкале)?

☐ 5 ☐ 4 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1

8. Что Вам понравилось в путешествии?

9. Какие отрицательные моменты путешествия Вы можете отметить?

10. Как вы оцениваете работу гида-проводника?

☐ Отлично ☐ Хорошо ☐ Удовлетворительно ☐ Плохо

11. Что Вы хотели бы добавить в тур / изменить?

12. Хотели бы Вы воспользоваться услугами нашей компании снова?

☐ Да ☐ Нет

Приложение 17

Индивидуальный текст экскурсовода

День 1-й

[Встреча в Горно-Алтайске.]

Здравствуйте! Я рада приветствовать вас в городе Горно-Алтайске. Меня зовут Маргарита, я ваш гид-проводник. Также хочу представить Вам нашего водителя и гида [ФИО водителя]. Сегодня мы с вами отправимся в тур «Сокровища Алтая», в ходе которого мы посетим различные природные памятники, отправимся в пеший тур к горным Мультинским озёрам, познакомимся с уникальной природой Катунского заповедника и, конечно же, насладимся видами Горного Алтая. Основная идея нашего маршрута – путешествие без вреда для природы. Общая протяженность маршрута составит 1106 км, из которых около 70 км мы пройдем пешком. Оставшееся расстояние мы преодолеем на комфортном микроавтобусе, а также на внедорожниках ГАЗ-66. [Проведение инструктажа по технике безопасности на маршруте.]

Сейчас мы отправимся в с. Усть-Муны, где вы сможете разместиться в отеле и отдохнуть после поездки.

[Сбор группы у отеля.] Наше путешествие начинается на Федеральной дороге, которая носит название «Чуйский тракт» и по праву считается самой красивой дорогой в России. Первый объект посещения – Чергинский Зубровый питомник, в который мы с вами сейчас отправляемся. Я готова ответить на интересующие вас вопросы.

[Прибытие в питомник.] Расскажу немного о питомнике. В 80-е гг. XX века село Черга стало центральной усадьбой Алтайского экспериментального хозяйства, в котором был введен режим заказника. Цель хозяйства – создание фонда и генофонда животных, изучение их биологии. В 1982-1983 гг. на Алтай завезли 8 чистокровных беловежских зубров с целью акклиматизации в суровых условиях Сибири. Как вы сможете увидеть, сегодня в Чергинском питомнике зубры содержатся в полувольном состоянии в обширном загоне, площадь которого – 300 га. Зубр, или бизон европейский, – животное, пережившее четвертичное оледенение. Это современник мамонтовой фауны. Зубр включен в Красную книгу. Сейчас вы можете посетить питомник. Я буду ждать вас у выхода. После посещения питомника мы вернемся в отель, где вы сможете пообедать.

День 2-й.

Сегодня мы отправимся с вами в Усть-Коксинский район Республики Алтай, по пути мы посетим Денисовскую пещеру, Шинокские водопады и другие достопримечательности.

[У Денисовой пещеры.] Мы с Вами находимся у одной из самых известных пещер на Алтае – Денисова, или Денисовская пещера находится в Солонешенском районе Алтайского края на границе с Республикой Алтай. Площадь пещеры 270 квадратных метров, длина 110 метров. Существуют две версии относительно названия пещеры. Согласно первой, в конце XVIII века в пещере поселился святой старец-старообрядец Дионисий, ведший отшельнический образ жизни. Согласно другой, неподалеку от пещеры были угодья пастуха Дениса, укрывавшегося здесь во время непогоды. Первые археологические исследования были проведены сибирским палеонтологом Николаем Овдовым в 1978 году. До этих раскопок считалось, что расселение древних людей на Алтае не могло быть раньше 50-30 тыс. лет до н.э. Однако исследования преподнесли сенсационное открытие: заселение этого региона Азии началось как минимум 300 тыс. лет назад. Главная находка – фаланги мизинца. После изучения находки, археологи пришли к выводу, что кость принадлежит ранее неизвестному виду человека, ДНК которого на 60-70% отличается от ДНК современного человека. Также в пещере находят орудия, начиная с эпохи раннего палеолита и до этнографической давности (XVIII-XX вв.), находят украшения и предметы быта, например, бусины из скорлупы страуса, керамика культур бронзового века, неизвестных в Горном Алтае и т.д. Всего найдено около 50 тыс. керамических предметов, которые хранятся в запасниках Бийска, Новосибирска, в сельских школьных музеях района.

Неудивительно, что у алтайцев существуют легенды, связанные с этой уникальной пещерой, которую они называют Аю-Тап, что означает «Медвежий камень». По древним поверьям считается, что во тьме этой пещеры обитал могущественный Чёрный Шаман, способный превращаться в огромного медведя. Этот мифический злодей властвовал над всеми алтайскими кочевьями, принуждая их обитателей платить ему дань. В случае неповиновения он своей колдовской силой собирал над пещерой грозовые тучи, лепил из них огромный валун и скатывал его с вершины горы. И там, где пролегал путь этого камня, шли постоянные грозовые ливни. В отчаянии люди обратились за помощью к самому верховному божеству Ульгению, который победил злодея. Грозовой камень был спрятан в самых дальних галереях пещеры. По сей день жители близлежащего села Чёрный Ануй обвиняют археологов в порче летней погоды, ведь для этого, по их мнению, достаточно отколоть даже крохотный кусочек от шаманского камня.

Предлагаю подняться в пещеру и увидеть все своими глазами. [Посещение Денисовой пещеры.].

А сейчас мы отправимся к каскаду Шинокских водопадов. Асфальтированной дороги нет, поэтому часть пути мы проедем на внедорожнике до турстоянки на р. Шинок, где сможем пообедать, затем еще 5 км пройдем пешком вдоль реки. Предупреждаю, что по пути много бродов, разуваться перед каждым не стоит – ноги промокнут в любом случае, но, поверьте, вы забудете о неудобствах пути, когда поднимитесь к водопаду.

[Посещение водопадов.] Как вы можете видеть, значительная часть долины реки проходит по каньону с высокими, неприступными скалами, отсюда и название реки «Шинок», что в переводе с алтайского означает «обрывистая», «неприступная». В 1999 г Каскад водопадов получил статус комплексного заказника краевого значения, а уже через год – статус памятника природы. Площадь заказника более 10 тыс. га. Здесь охраняются естественные места обитания животных и растений, сам каскад водопадов и живописные ландшафты. Все это проводится с целью сохранения естественной, нетронутой природы. Мы с вами находимся у первого водопада, в 13 км от устья реки. Водопад носит такие названия, как «Ласковый мираж», «Рассыпной». Высота его падения – 10 м. В полукилометре от него – второй водопад «Йог» или «Двойной прыжок» (28 м). Третий водопад по истине «природный рекордсмен» его высота 72 м. Одни называют его просто – «Большой Шинок», для других он «Потаенный», но самое яркое его название – «Жираф».

Известность водопады получили сравнительно недавно – на рубеже XIX-XX вв.. Своей популярностью водопады, в первую очередь, обязаны близкому расположению уже известной нам Денисовой пещеры. На сегодняшний день это место является объектом экологического туризма, как я уже сказала, территория находится под охраной, поэтому мы с вами можем любоваться красотой первозданной природы. Сейчас у вас есть свободное время, чтобы прогуляться к водопаду и сделать фотографии.

[Переезд в п. Замульта, размещение в туркомплексе.] Вчера мы с вами посещали Зубровый питомник. Уверена, вы помните, насколько это большая территория, где зубров почти ничего не ограничивает (порой они ломают преграды, но всегда возвращаются). Зубры находятся под охраной, поэтому полувольное их содержание – необходимость. Однако на Алтае есть и другое замечательное животное, которое разводят уже не ради защиты. Вы наверняка слышали об Алтайских маралах. На территории республики достаточно много мараловодческих хозяйств, на одно из которых мы сейчас и отправимся. В отличие от зубров, маралов разводят с целью получения пантов – неокрепших молодых рогов оленей. Панты обладают целебными свойствами, поэтому их добавляют в лекарственные средства, настойки, а также принимают пантовые ванны. В маральнике,

который мы сейчас посетим, содержатся около 800 маралов. В процессе получения пантов животное испытывает огромный стресс. В маральнике вам более подробно расскажут о выращивании маралов, процессе получения пантов, их правильном приготовлении и лечебных свойствах. Конечно, вы сможете понаблюдать и за маралами.

День 3-й.

[Замульта.] Сегодня начинается основная часть нашего маршрута. Мы отправимся к Мультинским озерам, часть из них находится на территории Катунского государственного природного биосферного заповедника. До Нижнего Мультинского озера мы доберемся на внедорожниках, а дальнейший маршрут будет полностью пешим. Дорога будет проходить вдоль берегов озер, через лес и курумник. Сегодня мы обойдем Нижнее озеро, увидим протоку «Шумы», которая соединяет Нижнее и Среднее озера, перейдем к Среднему озеру, на берегу которого будет обед. Затем совершим радиальный выход к Верхнему озеру и вернемся на базу на берегу Нижнего озера. В целом, пешая часть нашего маршрута составит около 36 км. Время в пути зависит только от нас и нашей готовности преодолеть это расстояние.

[Северный берег Нижнего озера.] Происхождение озер связано с древними ледниками, которые прорыли котловину Верхнего Мультинского озера и долину реки Мульты. При своем продвижении ледники тащили каменные глыбы, морену, которая после их остановки стала запрудой для реки Мульты, так и образовались Мультинские озера. На сегодняшний день Нижнее и Среднее озёра объявлены памятниками природы республиканского значения. В озёрах водится хариус, а в окрестностях можно встретить соболя, глухаря, пищуху Алтайскую, увидеть следы медведя.

Нижнее озеро, на северной границе которого мы с вами находимся, самое большое из цепи Мультинских озер и третье по величине на территории Катунского хребта. Его длина составляет 2370 м, а ширина – 900 м. Озеро довольно глубокое, максимальная глубина достигает 21,5 м, однако большую часть озера составляют глубины меньше 10 м. Вода в озере прогревается достаточно для того, чтобы можно было купаться. Как вы можете видеть, берег озера покрыт смешанным лесом, преобладают хвойные породы. В лесу много грибов и ягоды, например брусники и жимолости. В окрестностях озера еще остались следы пожара 1974 года. В условиях крайне засушливого лета во время сильной грозы от удара молнии вспыхнуло несколько пожаров в разных участках Катунского хребта. Пламя охватило гигантские территории, выгорели дотла десятки тысяч квадратных километров тайги. Пожар продолжался около месяца.

Мы отправляемся на южную оконечность озера.

И вот перед вами тот самый участок, который называется Шумы. Валуны, которые вы видите, это и есть моренный вал, который некогда создали ледники. В 10 км от Нижнего Мультинского озера в верховьях реки Куйгук находится Куйгукское озеро, а ниже озера – 30-метровый водопад.

Среднее Мультинское озеро находится на высоте 1740 м, оно меньше Нижнего: длина составляет 1990 м, а ширина – 750 м. Максимальная глубина озера находится в центре – 8,4 м. Уже завтра мы отправимся к Верхнему озеру, дорога к которому идет по восточному берегу Среднего озера.

[Обед на берегу Среднего озера.]

Наш путь ведет к Верхнему Мультинскому озеру. Оно расположено на высоте 1920 м и входит в состав Катунского заповедника. Максимальная глубина озера (48 м) находится в южной его части, куда врезался спустившийся древний ледник. Северная часть озера неглубокая – до 10 м. Длина озера составляет 1250 м, ширина – около 500 м. Озеро обладает красивым аквамариновым цветом воды, настолько насыщенным, что он сохраняется при любой погоде вне зависимости от освещения.

[Верхнее озеро.] Катунский заповедник образован 25 июля 1991 года. К территории заповедника прилегает Гора Белуха (4506 м) – самая высокая точка Сибири, объект Всемирного природного наследия ЮНЕСКО. Заповедник расположен на высотах от 1300 до 3280 м. Катунский заповедник включен во Всемирную сеть биосферных резерватов Программы Юнеско «Человек и биосфера» – 2000 год. Служба охраны в заповеднике начала формироваться в 1992 году, но реально работа началась только с лета 1993 года. Основной проблемой в охране заповедника на первом этапе было прекращение использования заповедной территории для выпаса скота сельхозпредприятиями Казахстана. Помимо охранной функции, на территории заповедника проходят научные исследования. В настоящее время проблемы изменения климата и его воздействия на природные экосистемы занимают одно из приоритетных направлений исследований и мониторинга. Строятся дороги, отели, которые загрязняют окружающую среду, потребляют большое количество ресурсов. Даже мы с вами доехали до Нижнего озера на внедорожнике, потому что так проще и быстрее, потому что это условие развития туризма. Какой вред может нанести развитие туризма в регионе? Ухудшение состояния, продуктивности и защитных свойств лесных насаждений, сокращение биоразнообразия, снижения урожаев даров леса и лесных дикоросов, эрозия почв, разнообразное загрязнение поверхностных водотоков и водоемов, истощение в них рыбных запасов, снижение эстетических свойств природных ландшафтов и пр., что в итоге существенно ухудшает условия, обеспечивающие психоэмоциональный комфорт отдыха. И это

неполный перечень возможных последствий. Поэтому необходимо развивать экологический туризм в регионе, строить эко-тропы, организовывать природные парки и заповедники, проводить уроки экологического воспитания, особенно у подрастающего поколения.

Катунский заповедник занимается организацией эколого-просветительских мероприятий: фестивали, конкурсы, экологические проекты и игры, направленные на привлечение внимания к экологическим проблемам, повышение уровня грамотности и осведомленности в вопросах экологии и, конечно, направленные на воспитание бережного отношения к окружающей природе.

Сегодня у Вас тоже есть шанс поучаствовать в небольшом квесте, направленном на изучение животного и растительного мира заповедника. Флора Катунского заповедника насчитывает 665 видов и подвидов растений. На территории заповедника произрастает более 30 эндемиков, ареал которых ограничен горными территориями Южной Сибири и Северной Монголии. Из растений, произрастающих в Катунском заповеднике, 9 включены в Красную книгу РСФСР (1988). Орнитофауна заповедника насчитывает более 155 видов птиц. Класс млекопитающих на территории заповедника представлен 59 видами, в том числе 12 видов хищных. Очень редко в Катунский заповедник заходят снежные барсы (ирбисы).

Итак, вам предстоит найти как можно больше растений и животных из путеводителя и сфотографировать их. Для этого вам нужно разделиться на две команды. За фото каждого вида растения либо животного начисляются баллы, в зависимости от уникальности вида. Все подробности вы можете найти в своем путеводителе. С одной командой на поиски отправлюсь я, с другой – наш гид-проводник. Через 2 часа встречаемся на этом же месте и подводим итоги. Участники победившей команды получают приятные сувениры. Всем желаю удачи! Время пошло.

День 4-й

[Радиальные выходы на оз. Поперечное и/или оз. Крепкое без экскурсии. Возможно продолжение квеста по желанию участников.]

День 5-й

[Возвращение в п. Замульта. Переезд в Верх-Уймон.]

Верхний Уймон – одно из самых старых сел района, ему около 300 лет. Село было основано староверами, которых на Алтае называют кержаками или стариковскими. В

Верхнем Уймоне почти нет алтайских юрт, в отличие от большинства других сел на Алтае. Здесь вы чаще встретите русские избы. Верх-Уймон наиболее знаменит своими музеями, один из которых вы можете по желанию посетить. Первый музей посвящен великому художнику и путешественнику Николаю Константиновичу Рериху. Его единственная поездка на Алтай состоялась в августе 1926 года. Художник писал: «Алтай – Гималаи, два полюса, два магнита». Рерих называл Алтай «сосредоточением», центром Евразийского материка, расположенным на «равном расстоянии от четырех океанов». Базой для своей экспедиции на Алтае Рерих выбрал село Верх-Уймон, расположенное у подножия Катунского хребта, в непосредственной близости от горы Белухи. Николай Константинович Рерих вместе с женой Еленой Ивановной и сыном Юрием, которые тоже были участниками экспедиции, поселились в доме проводника Варфоломея Семеновича Атаманова. Он был известным среди ученых человеком: одних он водил в горы, другие интересовались у него лечебными травами. Атаманов жил в двухэтажном доме, расписанном внутри. Рерихи остановились на втором этаже во время своей экспедиции. Доподлинно неизвестно, почему экспедиция, которая должна была проходить вдоль Чуи и Катунь, изменила свое местоположение. Вместе с проводником Рерих прошёл Катунский хребет с севера на юг и вышел к южному склону Белухи. По дороге Рерих писал этюды. По воспоминаниям, даже на седле он имел прикрепленный этюдник и писал прямо на ходу. Этюд с изображением Белухи с южной стороны находится сейчас в Париже в Лувре. Меньше чем за месяц он написал 200 этюдов. О причинах скорого отъезда (19 августа 1926 года) известно немного. Вероятнее всего, Рерих опасался преследования, так как участников экспедиции называли «приспешниками империализма». Рерих планировал вернуться на Алтай и поселиться здесь навсегда, но, к сожалению, этому было не суждено произойти.

С 1985 года в доме Атаманова открыли музей им. Рериха. В нем вы можете более подробно узнать об экспедиции Рериха и его жизни на Алтае.

Второй музей расположен в бывшей старообрядческой избе и посвящен, соответственно, старообрядчеству. В музее представлены предметы быта и посуды, старые пергаментные книги, иконы. В горнице рассказывается о старинных ремеслах, стоит ткацкий станок. В нескольких километрах от Верх-Уймона находится деревня Гагарка, основу населения которой составляют старообрядцы. В музее вас встретит радушная хозяйка, которая подобно расскажет о жизни и быте старообрядцев.

[Переезд в Уч-Энмек, Онгудайский район, размещение на территории турбазы].

День 6-й.

Мы находимся на территории этно-природного парка Уч-Энмек в священной Каракольской долине. Здесь расположены древние курганные захоронения, представляющие собой одну из загадок Горного Алтая. Скалы у подножия священных гор испещрены наскальными рисунками. Небесным хранителем долины считается Белый Олень. Примечательно, что население этой долины отличается своеобразным менталитетом и считает себя находящимися в кровнородственной связи с самой природой священной долины. Парк Уч-Энмек имеет статус особо охраняемой природной территории, его площадь – более 60 тыс. га, из них на территории 810 га запрещается любая деятельность. Считается, что все древние памятники долины представляют собой информационный код о законах мироздания. Сотрудники парка работают над возвращением вывезенных и сохранившихся памятников для воссоздания первоначального образа долины. «Каракол» в буквальном переводе с алтайского имеет несколько значений. Первое (и истинное) – это обитательный, питающийся родниковыми водами поток, речная долина. «Кара суу» - так называют родники на Алтае. Существует и современная гипотеза трактования топонима «Каракол», связанная с открытием каракольской культуры. Имя этой культуры связывают с загадочными рисунками на погребальных плитах, обнаруженных в могильнике в черте села Каракол. На плитах найдены изображения солнцеголовых фигур, руки которых окрашены в черный цвет. Как известно, «кара» - «черный», «кол» - «рука», в результате – «черная рука». Алмысы, о которых мы с вами говорили в Усть-Канской пещере, согласно алтайской мифологии, как раз были «чернорукими людьми».

В определенной части территории парка разрешены только экскурсионные экологические маршруты в сопровождении гида. Поэтому на ближайшие три часа вы отправитесь в автомобильную экскурсию по священной Каракольской долине. Желаю вам хорошего времяпрепровождения.

Мы возвращаемся на Чуйский тракт и отправляемся в с. Урлу-Аспак, где вас ждет комфортный отель Алтай Резорт. Следующей остановкой по пути будет Семинский перевал.

[Семинский перевал, стела.] Семинский перевал (от монг. «себи» – «крепость») – рубеж Северного и Центрального Алтая, памятник природы государственного значения. В районе перевала находятся промысловые места по сбору Кедрового ореха. Стела, рядом с которой мы находимся, была установлена в 1956 году в честь двухсотлетия добровольного вхождения Горного Алтая в состав России. Отсюда вы можете видеть гору Сарлык и Вершину Тияхты. На перевале вы можете перекусить, купить сувенирную продукцию.

ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ

[Отель Алтай Резорт.] Итак, мы с вами совершили замечательное путешествие к Мультинским озерам и Катунскому заповеднику, посетили различные культурные и природные объекты и узнали немного больше об экологическом туризме. Завтра вас ждет день отдыха. Надеюсь, что путешествие оставило много положительных впечатлений. На этом мы с вами прощаемся. Ждем вас снова на Алтае в любое время года. Всего доброго!

У вас всего два часа.
Время пошло!



Рысь (9 баллов)



Медведь (9 баллов)



Снежный барс (10 баллов)

Удачи!




Квест

СОКРОВИЩА АЛТАЯ

ГлавТурОператор
Эксперт бизнес-туризма
 Тел.: +7(812) 336 4353
 E-mail: info@glavtouroperator.ru
 198206, Россия, Санкт-Петербург,
 ул. Адмирала Трибуца, д.8, оф. 501

Задача

Найдите как можно больше растений и животных из путеводителя и сфотографируйте их.


 Красный корень (4 балла)	 Лук Ледебура (4 балла)	 Заяц-беляк (3 балла)	 Белка (3 балла)
 Очанка алтайская (4 балла)	 Молочай длиннокорневой (4 балла)	 Сурок (3 балла)	 Соболь (4 балла)
 Кандык сибирский (7 баллов)	 Родиола розовая (7 баллов)	 Альфредия поникшая (4 балла)	 Марал (4 балла)
 Пион гибридный (7 баллов)	 Мелколепестник алтайский (4 балла)	 Косуля (4 балла)	 Бурундук (3 балла)
 Огоньки (3 балла)	 Бузульник алтайский (4 балла)	 Горный козёл (5 баллов)	 Беркут (6 баллов)
 Ковыль перистый (7 баллов)	 Сибирка алтайская (7 баллов)	 Маральник (5 баллов)	 Горностай (6 баллов)
	 Горькуша Ревякиной (5 баллов)		

Рисунок 53. – Буклет для квеста [составлен автором].